

الحديث والتحقيق التلفزيوني

الدكتور عربي المصري

تـدقـيـق:

الدكتور محمد العمر

الدكتورة نهلة أبو رشيد

الدكتورة ريم عبود



ISSN: 2617-989X



Books & Refrences

الحديث والتحقيق التلفزيوني

الدكتور عربي المصري

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

TV Interview and Reportage

Arabi Almassri

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى

برامج التلفزيون وموقع الحديث التليفزيوني

والتحقيق التليفزيوني على خارطتها

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح تطور البث التليفزيوني وبرمجته ونشأته التاريخية الأولى
2. يحدد كيفية تطور البنية البرامجية للتليفزيون.
3. يعدد أنواع البرامج التليفزيونية ويتعرف بشكل موثق على مكانة البرامج الحوارية والتحقيقية (الحديث والتحقيق التليفزيوني) فيها.
4. يشرح الخصائص التكنولوجية للتليفزيون كوسيلة اتصالية ومزايا بنيته البرامجية.
5. يحدد سلبيات الخدمة البرامجية للتليفزيون.
6. يشرح وظائف الخدمة البرامجية للتليفزيون.
7. يشرح خصوصية الكتابة للتليفزيون وإبداعية السرد المرئي، متعرفاً على أبرز مدارس وقواعد هذه الكتابة وأسسها المختصة بالكتابة للصورة.

العناصر:

أولاً: تطور البث التليفزيوني وبرمجته ونشأته التاريخية الأولى.

ثانياً: تطور البنية البرامجية للتليفزيون.

ثالثاً: أنواع البرامج التليفزيونية ومكانة البرامج الحوارية والتحقيقية (الحديث والتحقيق التليفزيوني) فيها.

رابعاً: الخصائص التكنولوجية للتليفزيون كوسيلة اتصالية ومزايا بنيته البرامجية.

خامساً: سلبيات الخدمة البرامجية للتليفزيون.

سادساً: وظائف الخدمة البرامجية للتليفزيون.

سابعاً: خصوصية الكتابة للتليفزيون وإبداعية السرد المرئي.

الكلمات المفتاحية للوحدة:

البنية البرامجية للتليفزيون – تطور البث التليفزيوني – أنواع البرامج التليفزيونية – البرامج الحوارية والتحقيقية – الخصائص التكنولوجية للتليفزيون – سلبيات التليفزيون – وظائف التليفزيون – الكتابة للتليفزيون – إبداعية السرد المرئي.

أولاً: تطور البث التليفزيوني وبرمجته



باعتبار التليفزيون كالبحر يخفي كنوزه، ويلفظ جثث موتاه، فهذا دليل على أن البرامج الجيدة تعيش وتحيا في التليفزيون، انطلاقاً من إحياء قيمتها عبر تقديرها الجماهيري، في حين أن الذي لا يستحق الحياة في هذه الوسيلة يموت ولا يقبل الدفن في ذاكرة الوسيلة، ومن هنا يقول البعض أن التليفزيون يمتاز بتمتعه بحاستي البصر والرؤيا، وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالاً بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، لكن البعض يعتقد أن هذه الحواس تمتد حتى تكاد تلامس حواس المذاق واللمس وحتى الشم، لأن المادة التليفزيونية الجيدة تفوح رائحتها كالسمعة الجيدة التي يستسيغها الجمهور عبر دوائر اتصالهم الشخصية، والأكثر من ذلك ينطلق البعض من تشبيه التليفزيون "بعرس" دائم تمهيداً لدعوة المهتمين بمهنة القيم السمع–بصرية، للبحث عن الجديد دائماً، من حيث الفكرة والموضوع.



ومن هنا تطورت البنية البرامجية للتلفزيونيات، ودخلت مجالات إنتاج جديدة، لم تكن تألفها من قبل، مستفيدة من خاصية أن اللغة والحداثة والشكل والمحتوى، لا تقبل الظهور بأبهى أثوابها إلا في هذه الوسيلة، التي كانت انطلاقتها بمثابة النافذة السحرية للجمهور، يصدق كل ما يراه، حتى أنه يقال إن بداية البث التليفزيوني في بريطانيا، حينما قدمت هيئة الإذاعة البريطانية تقريراً عن طفل مفقود خلال زيارة أسرته إحدى الحدائق نتج عن ذلك تطوع عُشر الشعب الإنكليزي في جمعيات البحث عن المفقودين، حتى أصبح هذا النوع البرامجي بمضمونه مادة ثابتة كخدمة اجتماعية تقدمها كل محطات العالم، حتى أن التليفزيون

السوري قدم برنامجاً في هذا السبيل بعنوان "خبرني يا طير"، وهذا بسبب نجاح الكنز وإخفائه في قلب الإنتاج وبرمجته ضمن أساسياته وأولوياته، ولا يختلف الأمر، بدايةً حين تقدم الشاشة السحرية إعلاناً عن سلعة كنوع سمك مثلاً، كان لازماً أن يرتفع سعر السلعة أضعافاً لزيادة الطلب، حتى صُنِّف الإعلان التليفزيوني بالنسبة للتوزيع كالآلة بالنسبة للإنتاج.

وعليه جمع التليفزيون بين خواص الإذاعة المسموعة، وخواص الوسائل المرئية كالمسرح والسينما، وكلمة "television " مكوّنة من كلمتين tel: ومعناها مكان بعيد، والثانية "vision" الرؤية، ما جعل المعنى الحرفي لطبيعة هذه الوسيلة يعني (نقل صورة المرئيات من بعيد).

نشأة التلفزيون التاريخية الأولى

- بدأت الدراسات والأبحاث لتطوير التليفزيون كأداة اتصال جماهيرية، وهذا يؤكد أن رحلة التليفزيوني يسجل لها البداية عام 1848 كبيان لمبدأ نقل الصور.
- على صعيد الإنجازات المادية يُقدم المخترع الألماني بول نيبكو عام 1884 على براءة اختراع جهاز لقرص خطوط تحليل الصور، وهو عبارة عن اسطوانة يمكنها تقسيم جسم ما إلى عناصر عدة، تكون في مجموعها صورة من الصور، وهو أساس التليفزيون الميكانيكي.
- توالت الأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية، ليبدأ الباحث "تشارلز جنكز" دراسة التلفزيون عام 1890، مطوراً مبدأ "نيبكو"، ليسجل بالتالي في 27 يناير 1926 الوِلادة الرسمية للتليفزيون.
- في إيطاليا عام 1915م حين تنبأ عالمها (الإيطالي الأب والإنجليزي الأم) "ماركوني" باكتشاف التليفزيون المرئي، فأجرى تجارب عدة عام 1920، على هذا الجهاز الجديد، ومن ضمنها إرسال برنامج تليفزيوني حي على الهواء مباشرة عام 1927، وذلك بين ولاية نيويورك، وواشنطن بمساعدة من المختبرات بشركة بيل، ما جعله صاحب براءة اختراع الراديو.
- في عام 1925 قدّم العالم جنكز الإثباتات الميكانيكية على قدرة التليفزيون بالحياة، ليكون عام 1931 بمثابة نقطة الانطلاق الحقيقية للتليفزيون عندما اخترع عالم شركة "وسنتج هاوس فالد" الباحث "اميرزرويكن" أول أنبوبة لصورة تليفزيونية، مهيأة لأول عرض حقيقي عام 1935–1937 في لندن بواسطة (بيرد)، وفي واشنطن بواسطة جنكز، مستخدمين أنبوب أشعة كاتور متطور.

- قدم الفرنسيون الذين ترجموا سابقاً عبر الأخوين "لوميير" باكورة الإنتاج السينمائي في العالم، في 26 أبريل 1935 أول بث رسمي لتليفزيونهم الفرنسي، بعد بدء كل من "خورنية ورينيو" البحث والدراسات المكثفة في التليفزيون، وذلك قبل أن يعرض التليفزيون بـ 180 خط تعريف، بواسطة جهاز إرسال على الموجات القصيرة يُثبّت على قمة برج إيفل في نوفمبر 1935، ما جعل التليفزيون الفرنسي يبث في 4 يناير 1937 كل مساء من الساعة 8 وحتى الثامنة ونصف، هيمنوا الألمان في 3 سبتمبر 1939 على هذا التليفزيون خلال الحرب، ليقوم بعدها في عام 1944 "رينيه بارث" بتطوير تعريف 819 خطوط التلفزيون، ثم في 20 نوفمبر 1948 أصبح مستوى الانتقال إلى 819 خط، وبحلول عام 1940 طورت أنابيب الأجهزة والدوائر، مثل دوائر الانحراف ومكبرات الفيديو اللازمة لنظام التليفزيون نتيجة الحاجة إلى إيجاد نظام قياسي موحد للتليفزيون، وفي أواخر الثلاثينات بدأ الإرسال الهادي للتليفزيون.
- لم ينمو التليفزيون في المجالات التجارية والترفيهية وكذلك تصوير أجهزة الاستقبال إلا بعد الحرب العالمية الثانية، وفي أواخر الأربعينات طرأ تطور هائل في مجال صناعة التليفزيون إثر اكتشاف أنبوب اربتكون بدلاً من أنبوب الصمام التليفزيوني الكهربائي، الذي يحتاج كمية أكبر من الضوء للعمل، وفي العام نفسه استلمت لجنة الاتصالات الفيدرالية نحو ثلاثمائة طلب لترخيص العمل التجاري.

علماً أن البث العلني الأول للألوان كان عام 1951، ودخل نظام سيكام للبث عام 1967، وهو مقياس ترميز الفيديو ملون في 625 خط، اخترعه هنري دو فرانس، ومع بداية الألفية الجديدة في عام 2000 تطورت الأنظمة التليفزيونية ليتم تقسيمها حسب فئات عمرية محددة.

ثانياً: تطور البنية البرامجية للتليفزيون:

إن التقديم السابق لرحلة البث التليفزيوني يؤكد بناء البنية البرامجية أولاً على خدمات البث المباشر للأحداث، ما جعل الولادة الحقيقية الأولى للبرامج المتكاملة في التليفزيون عبر البرامج السياسية، وتحديداً مواجيز الأخبار، التي تجسد لفظ (نقل صورة المرئيات من بعيد) سابقة الذكر، فالتغطية الإخبارية للحروب والكوارث الطبيعية، التي تعرض المآسي في ملايين المنازل افتتحت نادي البرمجة التليفزيونية، باعتبار التليفزيون ينقل الحدث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه، وينقله بما فيه من معان وانفعالات، وكذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية، أو خارجية بأسلوب سهل وجذاب، ويساعد على

معرفة المشاهد محيطه، ومعرفة العالم من حوله، فيما كانت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية سباقة ببث برنامجٍ للرسوم المتحركة.

وبالتالي كان معظم البث التلفازي في البداية بثاً مباشراً على الهواء أو برامج مأخوذة من الأفلام، وكانت الأفلام تحتاج وقتاً لإظهارها، كما كانت الأجهزة والتقنيات المستخدمة تنتج صوراً، وأصواتاً ذات نوعية غير جيدة، وبدأ تسجيل البرامج على شرائط الفيديو في منتصف الخمسينيات، وبذلك أصبح التسجيل على هذه الشرائط طريقة إنتاج أساسية، ويمكن تشغيل شرائط الفيديو مباشرة بعد تسجيلها، وهي تنتج صوراً وأصواتاً ذات جودة عالية، كما تتيح مرونة في جدولة البرامج، وإثر ذلك طوّر العلماء المعدات والتقنيات التي أدت إلى تحسين جودة عروض الأفلام.

وبعد التركيز الإخباري للتليفزيون كانت الحاجة لولادة برامج مواد الرأي التي استحضرها التليفزيون بأشكال مختلفة، ثم البرامج الترفيهية، خاصة الدرامية والمنوعات، التي أخذت الجمهور نحو مُتنفس، ساعدها في ذلك خصوصية الوسيلة التكنولوجية، التي تصل كل بيت، وطبيعة التلقي السهل، ولغة التقديم الوسطية في مستواها الفكري والثقافي، حتى اتهمت الوسيلة من الوسائل المنافسة الأخرى –وخاصة المطبوعة التي أزاحتها عن عرش المعرفة– بتقديم "الثقافة السطحية"، عبر هذا التطور البرامجي للتليفزيون.

وتسجل الدورة البرامجية للتليفزيونات دورتها التنسيقية على مدار ثلاثة أشهر، وهذا النظام العالمي لوضع الخطط البرامجية يُستثنى منه في المنطقة العربية الدورة الرمضانية التي تفصل تلقائياً، ليصمم القائمون دورة خاصة بشهر رمضان الكريم نظراً لخصوصيته الشعبية، وطبيعة التعرض الزائد من قبل جمهورهم.

الرحلة التاريخية للبرامج التلفزيونية:

- كرحلة تاريخية للبرمجة التليفزيونية لابدّ من التأكيد أنه ببداية الخمسينيات كانت الأولوية للعروض المرحة، وأفلام الغرب الأمريكي، ثم أصبحت برامج المسابقات، ذات الجوائز المالية الكبيرة البرامج المفضلة على المحطات التجارية، وجذبت مسلسلات الدراما، مثل شارع التتويج البريطاني ملايين المشاهدين، وقد كان هذا في عام 1960م، وما زال يجذب عددًا هائلاً من المشاهدين في التسعينيات.

- خلال الستينيات مع أن برامج التسلية الشعبية ظلت هي الجزء الأساسي من برامج التلفاز فإن مخططي التلفاز غطوا بازدياد أحداثاً مثل الاجتماعات السياسية، ومراسم تشييع جنازات الشخصيات المهمة، وحفلات الزواج الملكية، وقد كانت سلسلة المناظرات في عام 1960م بين المرشحين لرئاسة الولايات المتحدة، جون كنيدي وريتشارد نيكسون، معلماً في البث التلفازي، ويعتقد الكثيرون أن هذه المناظرات أسهمت إسهاماً كبيراً في فوز كنيدي في انتخابات

رئاسة الولايات المتحدة في عام 1960م، وسرعان ما أدرك السياسيون أهمية التلفاز في تقديم أنفسهم ورسائلهم السياسية للناخبين.

ويذكر هنا أنه في الأعوام الأولى للتلفاز في الولايات المتحدة، تجنب الإذاعيون الموضوعات التي تثير الجدل، مثل الإجهاض، والطلاق، وتعاطي المخدرات، والهجاء السياسي، والجنس، فقد خشوا أن تسيء هذه الموضوعات لبعض المشاهدين.

- لكن في أواخر الستينيات وجد الإذاعيون الأمريكيون أنه يمكن تناول هذه الموضوعات دون اعتراضات كثيرة. فقد انتقدت الدراما الأمريكية "ماش" التي بثت في السبعينيات وأوائل الثمانينيات الحروب، كما تناول البرنامج الفائق النجاح "الجيران" الذي أُنتج في أستراليا مشكلات المخدرات والإيدز، كما عالج برنامج "سكان الطرف الشرقي" مشكلات سكان وسط المدينة بما يحتويه من الجريمة، والعلاقات الأسرية الرديئة، والعنصرية، وهنا ساد الاعتقاد لدى البعض أن التلفاز قد تمادى في عرض الموضوعات الجدلية، كما تتعرض مشاهد العنف والجنس التي تعرض في أجهزة التلفاز في الدول الغربية لكثير من الانتقادات، ولهذا أنشئ في بريطانيا مجلس للمقاييس المعيارية للإذاعة في عام 1988م، ليضع حدوداً للياقة والأدب الأخلاقي ويحدد خطوطاً إرشادية لواضعي البرامج.
- في أواخر السبعينيات بدأ الإذاعيون في عرض عدد متزايد من الأفلام المعدة خصيصاً للتلفاز والمسلسلات المأساوية القصيرة، والبرامج الخاصة الأخرى، ومن بين المسلسلات التي لاقت نجاحاً مسلسل الجذور، وهو دراما مكونة من ثمانية أجزاء، تتقصى تاريخ أسرة سوداء أمريكية من الاستعباد إلى الحرية
- في الثمانينيات عرض التلفاز الهندي عدداً من مسلسلات المأساة الهندية من بينها مسلسل "بنياد الشعبي"، الذي عرض حياة أسرة هندية خلال سبعة عقود، كما أصبحت خلال هذه الفترة أجهزة الفيديو متاحة للاستخدام المنزلي، وتمكن كثير من المشاهدين من استئجار أو شراء أفلام سابقة التسجيل، وتمتعوا بمشاهدتها في منازلهم.

في الثمانينيات أيضاً ازداد استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفازية لمشتركي التلفاز الكبلي، ويستقبل بعض المشاهدين الإشارات التلفازية المنبعثة من الأقمار الصناعية باستخدام هوائي كبير يسمى الطبق، ولذلك ابتدأت بعض النظم الكبلية في خلط إشارتها، لتمنع مالكي الأطباق من استقبال برامجهم دون دفع رسوم الاشتراك.

- في أواخر التسعينات ظهرت بعض الشركات الأمريكية العالمية بأنظمة تليفزيونية منوعة تقسم برامجها على حسب الفئات العمرية (السنية)، وكانت منها المسارح والأفلام، وكانت تسمى نظام الكبار والحماية العائلية ب (+18) بينما كان يسمى النظام المحمي والذي يصلح لكل فئات المجتمع العمرية بـ (Tv Pg.cc)، ولهذا بدأت أميركا بتطوير نظامها التليفزيوني في أيار 2000، لتقسم البرامج الأمريكية بمسميات توضيحية للشعب على حسب الفئات العمرية: (1) Tv Pg.ccوهذا يسمح لكل فئات المجتمع بمن فيهم الأطفال بمتابعة أي برنامج ترفيهي مخطط له سلفاً، أما المستوى (2) Tv 14 فيعد خطراً على الأطفال الصغار، ويمنع من الأسرة السماح لمن أقل عمراً من سن (14) أن يشاهد هذه النوعية من البرامج، ويمكن أن تكون دموية ولكنها ليست قاتلة أو تدعو للإجرام، ويكون لها تخطيط مستقبلي، في حين تعد البرامج (3) TV 18 A.o : شبه الإجرامية، أو البرامج الجنسية التي تعطي طاقةً، يجب أن يستهلكها وهو في سن لا يسمح له باستهلاك الطاقة الغريزية، مثل حبّ العنف أو الثقافة الجنسية، ثم ظهرت في الدول المصادقة على هذه الفكرة أنظمة تليفزيونية بأسماء مختلفة، على حسب لغاتهم، وظهر عند العرب نظام يسمى (للكبار فقط) ولا يوجد غيره ويعتبر هو النظام (+18)، وبمثل قوانينه ومستلزماته الدولية.

ثالثاً: أنواع البرامج التليفزيونية ومكانة البرامج الحوارية والتحقيقية (الحديث والتحقيق التليفزيوني) فيها

بناءً على السرد السابق لتطور البنية البرامجية في العالم يمكن تصنيف البرامج التليفزيونية كالتالي:

1) الأخبار والبرامج السياسية: وهي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها، إن ما يميز برامجاً من هذا النوع، هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما يدور من أحداث سياسية في البلاد.

2) البرامج الحوارية: يسجل للحديث التليفزيوني أو بمسماه الأوسع البرامج الحوارية في التليفزيون، أنه ثاني البرامج من حيث التاريخية، حيث استخدم في النوع الأول (الإخباري) كما استخدم مع كل الأنواع اللاحقة الترفيهية والمنوعات والكوميدية والفنية والتثقيفية.. ما يجعلها أكثر البرامج التليفزيونية انتشاراً، ويقسم البعض هذا النوع من البرامج إلى أقسام ستشرح تفصيلياً لاحقاً،

أهمها حوار الرأي الذي يعتمد على استطلاع رأي شخصيةٍ معينة في موضوع ما، وحوار المعلومات الهادف للحصول على معلومات أو بيانات تخدم هدفاً معيناً، وحوار الشخصية الذي يستهدف تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد، ويعتمد نجاح البرامج الحوارية على اختيار الشخصية المناسبة، ومدى كفاءة مدير الحوار، وطريقة وضع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة وفي الوقت نفسه قوية وواضحة، ولا تكون الأسئلة مما يحتمل الإجابة عنه بنعم أو لا، ولكن يفضل اختيار أسئلة تسمح للضيف بأن يخرج إجابات تقريرية أو تفسيرية، ويفضل أن يبتعد المُعد عن الأسئلة الإيمائية التي تتضمن في طياتها الإجابة التي يجب أن يرد بها الضيف، ومن المهم أن يستفز المعد الشخصية المجرى معها الحوار بأسئلة تجعلها تقدم معلومات جديدة ومشوقة أو آراء مهمة، وتبقى هناك عوامل معينة تساعد على نجاح البرنامج في كل قالب من هذه القوالب، منها جدّة وجدية الفكرة، واحتياج الناس للموضوع، وتنوع المصادر وتكاملها بحيث تعبر عن كل الاتجاهات المرتبطة بالظاهرة، ودقة المعلومات ونسبها إلى مصادرها، كما ينبغي التأكيد في النهاية على أهمية أن يقوم المعد بجمع المعلومات الكافية عن الشخصية وعن الموضوع، التي تساعده وتساعد فريق العمل المتعاون معه على إخراج العمل بالشكل الذي يخدم الغرض الذي قام من أجله.

3) البرامج الكوميدية: وهي التي تختص بمواضيع الاستراحة والمواقف المضحكة والمسلية والتي في النهاية تقصد الكوميديا.

4) البرامج الفنية: وهي التي تقوم على أسس فنية من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الفنية.

5) البرامج التثقيفية: وهي برامج التوعية والإرشاد التثقيفي.

6) برامج الأطفال: وهي التي تختص بالطفل من متابعة ودراسة لأن الأطفال هم أكثر فئات الجمهور حساسية، ويتعين أن يتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم للبحث والدراسة قبل بثها.

7) المسلسلات والدراما.

8) البرامج الرياضية.

9) البرامج الدينية.

10) البرامج الوثائقية.

11) البرامج التسجيلية.

12) البرامج التحقيقية: وقد احتلت مكانة كبيرة في بنية البرامج التليفزيونية، فهي دخلت الأخبار عبر التقارير الاستقصائية، كما يسجل لها دخولها دائرة البرامج التسجيلية والوثائقية، إضافة لانفرادها ببرامجها الخاصة، التي يطلق عليها ألقاب عدة، كمهمة سرية، وسري للغاية، وكشف الحقيقة، وخلف نطاق الفساد، وغيرها من المسميات، وهي أكثر البرامج صعوبة وتكلفة، وهنا لا بد من الإشارة أنه مع انتقال التليفزيون كوسيلة أساسية للتسلية، لم يتخلَّ عن دوره في تغطية الأحداث المهمة، فمثلاً في عام 1973م ألغت شبكات التلفاز الأمريكية برامجها العادية لتذيع جلسات قضية ووترجيت، الخاصة بتحقيقات مجلس الشيوخ الأمريكي حول الممارسات غير القانونية خلال حملة الانتخابات الرئاسية في عام 1972م.

رابعاً: الخصائص التكنولوجية للتليفزيون كوسيلة اتصالية ومزايا بنيته البرامجية

للتليفزيون بمسمياته العديدة "كالتلفاز، والتلفزة، والمرناة، والرائي" خصائص جامعة لم توجد في غيره، فقد ورث الحوار والحدث والتمثيل عن المسرح، وورث عن السينما شاشتها وطريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصوَّر، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت، ويمكن القول أنه يعتبر ابناً لهؤلاء الآباء الثلاثة، كما أن فيه كثيراً من الصحافة، فهو يقدم الأخبار، ويكفي الصحفي عناء الوصف، ولهذه الميزات العالية اهتم أصحاب الأفكار والقرارات بهذا الجهاز السحري، وسموه رسول العالم المتجول، واستخدموه للتجارة والإعلانات والدعايات، ولتحريك الشعوب وتوجيهها، وصاروا يفضلون فيه ثوان معدودة على صفحات كبيرة من الصحف، **ومن هنا يمكن تسجيل أبرز الخصائص الفنية والتكنولوجية للتليفزيون وفق التالي:**

- الآنية: إن تصوير الأحداث ونقلها بشكل مباشر إلى المشاهدين أكسب التلفزيون ميزة عالية، "فأنت على مقعدك الوثير يمكنك متابعة ما يجري على أرض المعركة خطوة بخطوة"، وقد أثبت التليفزيون لمتابعي الحروب والنزاعات مدى قدرته الهائلة على رصد الأحداث، وهي في طور التشكل

زماناً ومكاناً، وأصبح التليفزيون امتداداً للعين البشرية التي لا يغفل لها جفن عما يدور في العالم من مجريات.

- القدرة على تحديث المعلومات والمتابعة فسرعة التليفزيون في نقل الخبر أعطته ميزة إضافية، حيث صار من أهم مصادر الأخبار في وسائل الإعلام، وأكثرها مصداقية وقدرة على الإقناع.
- الحضور المتزامن: إن أجهزة التصوير التليفزيوني حاضرةٌ في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار أربعٍ وعشرين ساعة، كما أنها حاضرة في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح، وفي كل مكان يرادُ تصويره، وبالتالي يمتلك التليفزيون الإمكانيات الفنية، التي تتيح له اختصار الزمن بين حصول الحدث وعرضه للناس.
- يتمتع التليفزيون بإمكانية نقل مشاهدةٍ من أماكن يصعب بل يستحيل أحياناً على المشاهد مشاهدتها في مواقعها الأصلية أو على الطبيعة أو التوجه أصلاً إلى هذه المواقع مثال: النقل التليفزيوني الفوري لنزول مركبة فضاء أمريكية على سطح القمر 1969.
- يجمع عناصر (الصوت والصورة والحركة) المؤثرة في الجمهور فعبر إشراك حاستي السمع والبصر تتيح هذه الميزة قدرة إقناعيه عالية، فالصورة الحية المرئية لها أهميتها وفاعليتها في جذب المشاهد، وتشكل قدرة في التأثير على عواطفه، وهي أقدر على التعبير من آلاف الكلمات. وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل إقناعاً، فالرؤية أساس الاقتناع، والرؤية أو البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات، لذا يعتبر التليفزيون من أكثر وسائل الإعلام إيضاحاً وقدرة على التفسير والتوضيح، لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المقترنة، أو المدعمة بالصوت في مشاهد واقعية قريبة من مدارك الإنسان، كما أن الألوان تساعد المشاهد في استبيان المعلومات واستيعابها، وبذلك يحيلُ التليفزيون المعلومات والأفكار المجردة إلى صورٍ حية قابلة للفهم والإدراك، وتعطي الصورة الحية إحساساً بالألفة، وتزيد من المشاركة التي يتيحها التليفزيون لمشاهديه.
- للتليفزيون خاصته بالمؤثرات المرئية الإلكترونية، التي يكثر استخدامها في مختلف البرامج، وتستعمل بهدف جذب الانتباه، فهناك الانتقال المفاجئ من صورة إلى أخرى لتتابع المشاهد، وإظهار صورة فوق أخرى، لتجسيد الأفكار التي تجول في ذهن شخصيةٍ من شخصيات النص، أو إظهار الأشباح، وتستخدم هذه المؤثرات في إظهار عدة صور في وقت واحد، وفي ظهور منظر وتلاشي آخر، وفي تغيير مفاهيم الزمان والمكان، كما أن إمكانية استخدام اللقطات الكبيرةclose up والكبيرة جداً Big close up قد أوجد ما يسمى بالتعبير الدرامي للصورة وأصبح من الممكن، كما يؤكد خبراء

الإعلام أن تُعبّر بواسطة لقطة واحدة كبيرة، عما تقوله في عدد من الصفحات بواسطة السرد أو الحوار، وبالتالي يمتلك التليفزيون الآلات والأجهزة من كمرات تصوير وغيرها مما يتيح له نقل أحداث، ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى عنها، والطاقة البشرية المجردة عن الوصول اليها مع هذا فالتليفزيون يعتبر وسيلة جذب إعلامي للكبار والصغار، فهو يمتلك القدرات الفنية التي تعينه على تحويل الخيال إلى واقع مرئي وهو يحوّل القصص والروايات إلى صوَر متحركة، إلى مشاهدةٍ يملؤها النشاط الحيوي كما يمكنه نقل الأطفال والكبار إلى أماكن لا يمكنهم الوصول إليها مثل أعمال البحار والفضاء وذلك بما يمتلكه من إمكانيات فنية دقيقة.

- إن شرود البصر أقل بكثير من شرود الأذن، والذاكرة تحتفظ بالصور المرئية، وتتأثر بها في أعماق اللاشعور، وكثيراً ما تختزنها مدة طويلة.

- سِعة الانتشار، فجمهوره كبير جداً بالنسبة إلى الوسائل الأخرى، فلجمهور التليفزيون خصائص تختلف عن جمهور الوسائل الأخرى، فجمهور التليفزيون أولاً أكبر من غيره، وهو غالباً متابِع وثابت نسبياً، وهذه الميزة تمكن المرسل المسلم من تبليغ رسالته، وتسهل عمله، وتسهم في إعطاء المستقبل فائدة أكبر، فهناك أوقات معينة يتفرغ فيها بعض الناس لمتابعة برامج التليفزيون، وكثير منهم يتابعون برنامجاً معيناً في أوقات محددة، وذلك حسب وقت راحتهم ووجودهم أمام الشاشة، إلى ما هنالك من أحوال وظروف.

- الصفة العائلية للتليفزيون فهو يجذب جميع الفئات العمرية في المجتمع، وبفضله استطاع لأول مرة في التاريخ أن يدخل الإعلامي إلى البيت، فيخاطب الجدَّ والابن والحفيد، والرجل والمرأة، والكبير والصغير، في جو منزلي عائلي، وهذا ما أكسب التليفزيون.

- لا يخاطب التليفزيون الفئات العمرية فقط بل يجذب كافة المستويات التعليمية والثقافية، ما يتيح له مقدرة على خطاب جميع الفئات، من علماء ومثقفين، وعمال وأميين، ومدنيين وريفيين، بل إن القرويين يشاهدون التليفزيون بنسب أعلى من أهل المدن، وذلك بسبب قلة الوسائل البديلة، مثل السينما والمسرح والفيديو والصحف.

- شاشة التليفزيون قادرة على تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء النامية.

- للتليفزيون قدرة عالية في مخاطبة الرأي العام والتأثير فيه، فله دور أساسي في تربية الجمهور وبث المبادئ والسلوك والأخلاق، ويلعب دوراً في عملية التثقيف والتعليم، فخاصية المشاهدَة الجماعية

تسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه بمخاطبة ما يسميه أساتذة علم النفس والاجتماع (بالعقل الجمعي).

- أقرب وسيلة للاتصال المواجهي؛ حيث يجمع بين الصورة والصوت والحركة واللون، وهي مُحدّدات الأشياء في الاتصال المواجهي وينمو عن الاتصال المواجهي في أنه تبديل الأشياء الصغيرة وتحريك الثوابت منها.
- يساعد الإنسان على الاختلاط بالثقافات الأخرى ومعرفة ثقافة غيره بسهولة.
- القدرة على المخاطبة المحلية تفوق الوسائل الأخرى لاقترابه من واقعه عبر إنتاج برامج تلامس محيطه.
- مجانية العرض فرغم أن تكاليف البث التليفزيوني عبر الفضاء عالية، فهناك ثمن القمر الصناعي، أو رسم الاشتراك في أحد الأقمار، ثم قيمة الأجهزة الأخرى، وهي كثيرة ومتنوعة، وقبل ظهور القنوات الفضائية كانت هناك المحطات الأرضية، وكانت أيضاً عالية التكاليف، إلا أن العرض يبقى مجانياً داخل المنزل، وهذا قبل بدء نظام التشفير للمقتدرين.
- يساعد التلفاز الأطفال على إعمال عقلهم واستخدام ملكة الخيال والتفكير بما يشاهدوه.
- يمتاز البث التليفزيوني بسهولة وصوله إلى أي مكان، مما يسّر وجوده في البيوت، إضافة إلى قلة تكلفته المالية للجمهور إذا ما قورن ببعض الوسائل المنافسة كالإنترنت.
- الواقعية التامة في نقل الحدث، مع ما يتضمنه من انفعالات وحركات ومؤثرات صوتية، من تصفيق وضجة، وصوت أمواج، ودوي انفجار، وضجيج محركات، فالشاشة على عكس الصحافة والإذاعة، أقرب الطرق لنقل الحدث الحي بمصداقية وموضوعية، ما يجعل التليفزيون أكثر مصداقية عند الناس من غيره.
- التليفزيون يوصل رسالته للمشاهد مع راحة تامة، فهو لا يكلفه عناء الخروج من المنزل للمشاهدة أو تلقي المعلومات، كما هو حال كثير من وسائل الإعلام، كما أن الصوت والصورة فيه أيضاً تتيحان لهذا المشاهد رفاهية عالية في الاستماع والرؤية من دون إجهادٍ سمعي أو بصري، وهذا ما جعل منه وسيلة تسيطر على ميدان الاتصالات الجماهيرية بشكل كبير، وهذه الأهمية أعطت للتليفزيون الدور الكبير في مختلف الميادين التثقيفية والتربوية والصحية والاجتماعية والاقتصادية والإعلامية.
- ركز التليفزيون على قرب الصورة من المتفرج فقضى على الانفصال الذي أوجدته الشاشة السينمائية، وزاد من عنصر الألفة ومن ثم ازدادت أعداد المتفرجين له.

- غير التليفزيون أنماط الترفيه والتسلية الطبيعية، فهو يعد وسيلة ترفيهية لجميع أفراد العائلة، حيث يقضي الأطفال معظم أوقاتهم في مشاهدة البرامج الكرتونية، ويعتمد كبار السن على التلفاز لمشاهدة الأخبار والبرامج التثقيفية، ويهتم الشباب بالتلفاز لمتابعة الأفلام الشبابية والبرامج التعليمية والثقافية.
- الحيادية بالنسبة للظاهر على الشاشة.
- الاعتماد على الحديث وليس على النصوص، فالتليفزيون يعتمد على الصورة كما ذُكر آنفاً كعنصر أساسي ويقل اعتماده على النصوص المكتوبة ولذا أصبح التليفزيون يعتمد على الشخص المتكلم بنفسه، وليس القارئ من النص كما هو الحال في الراديو. وتسعى شبكات ومحطات التليفزيون جاهدة لإيجاد نوع من العلاقات الاتصالية بين المشاهدين ومقدمي البرامج وقارئ النشرات الإخبارية. بحيث يتخيل المشاهد أن مذيع التليفزيون يتحدث إليه شخصياً ما يعطى الإحساس بالألفة والحميمية والمودة والعلاقة الدافئة بين المشاهد والمذيع.
- التكرار وإعادة تقديم البرامج أكثر من مرة، حيث يتمّ إعادة تقديم البرامج مرات عدة.
- أصبح الإعلام المرئي الذي يبث من الفضاء قادراً على التحكم في مبدأ حرية تداول المعلومات والصور والبرامج وتخطى حواجز الرقابة السياسية والقانونية التي تقيمها الدولة المُستقبلة للبث المباشر.
- التليفزيون وسيلة مناسبة لعرض الإعلانات مما يكسبه خاصية الزمن بين حصول الحدث وعرضه للناس، فهو يتميز بقدرة كبيرة على الترويج والدعاية للسلع فاقت في كثير من الأحيان ما يقوم به الراديو والصحيفة.

خامساً: سلبيات الخدمة البرامجية للتليفزيون:

رغم أن العلم وسيلة للتقدم والاكتشاف والاختراع لكن له سلبيات عدة وعلى وجه التخصيص في المجال الأخلاقي، لكن الذات العاقلة والعارفة "الإنسان" هو الذي يعطي الموضوع "الطبيعة" قيمته الأخلاقية والفائدة الاجتماعية منه ومن ناحية سلبيات وإيجابيات الاستخدام للمنتجات التكنولوجية، عند استخدام أي منتج من منتجات العلم من قبل الإنسان يتم تحديد مدى الضرر أو الفائدة العائدة على المستخدِم كلٌّ حسب منظوره ووجهة نظره وطبيعة استخدامه لتطبيقات التكنولوجيا، **وعليه فأبرز سلبيات الخدمة البرامجية للتليفزيون:**



- المرسل بعيد عن المستقبل في البرامج التليفزيونية، لذلك لا يعرف ردة فعل رسالته إلا بعد زمن.

الاستحواذ على المشاهد، فهو يتطلب التفرغ له والتركيز لمتابعته، فالتليفزيون وسيلة تعرض برامجها بشكل محدد، بحيث لا يمكنك كمتابع أن تتعرض لرسائل محدودة في أي وقت تشاء، كما تفعل بالكتاب أو الفيديو، فالأمر ليس قابلاً للتأجيل، ولهذا يجب أن تكون برامج التليفزيون واضحة ومختصرة، تحترم وقت المشاهد، فتقدم بطريقة سهلة الفهم والإدراك.

- يورث التليفزيون السلبية للمشاهد من حيث عدم إعطاء فرصة لاستحضار الخيال.
- يعطي المشاهد الخمول والكسل؛ وذلك بسبب جلوسه الطويل أمام التلفاز وحرمانه من ممارسة الرياضة أو القراءة أو الحديث مع العائلة.
- إعطاء أفكار غير مناسبة لكافة المجتمعات؛ حيث إنها تتعارض مع العادات والتقاليد والأعراف والدين، فهو يمكن أن يرسخ بعض المفاهيم والأفكار الخاطئة المخالفة لصورة مجتمعاتها الحقيقية.
- يخفف من العلاقات العائلية وترابطهم العائلي.
- تفتيت الجمهور، فانتشار قنوات التلفزيون وإمكانات التلقي الواسعة يؤدي الى التعرض الموحد، إلى جانب تلقي معلومات وأفكار قد لا تتناسب كل المجتمعات في كل الأحيان.
- عدم التنسيق في متابعة البرامج، ما يولد حالة من الملل والضجر.
- انتشار أفلام الرعب مما يسبب العنف في المجتمع يعد وسيلة للغزو الثقافي فيمكن أن تُثبت البلاد الأوربية أو الغربية بعض المفاهيم والأفكار الخاطئة وترسخها في عقول الشباب لتدميره وتغيير معتقداته.
- يساعد على عدم انتشار القراءة لسهولة الحصول على المعلومات.

سادساً: وظائف الخدمة البرامجية للتليفزيون





تتمثل أهمية التليفزيون في خصائصه سابقة الذكر، وعليه فالوظائف التي يقوم بها التليفزيون أكثر اتساعاً وتنوعاً مما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، كونه يمتلك مجالاً أوسع وأغنى لتصوير العالم وتقويمه، وقدرة التليفزيون بناء على ذلك غيرت الخارطة السكانية الكونية إلى عالم صغير بسبب انتشاره الواسع، ونفوذه الواسع، وهذا ما يؤكده استقصاءٌ أجرته إحدى الدوريات الأمريكية بهدف التعرف على أهم المؤسسات ذات السلطة والنفوذ في حياة المجتمع الأمريكي، وتبين من خلاله أن التليفزيون جاء في المركز الثاني بعد البيت الأبيض مباشرة، بينما جاءت الصحف في المركز الثاني عشر، كما احتلت الإذاعة المركز السابع عشر من بين المؤسسات المختلفة، وفي دراسة أخرى سُئل فيها الباحثون عما إذا قدِّر لهم أن يحتفظوا بوسيلة واحدة من الوسائل الإعلامية، فكانت النتيجة تفوّق التليفزيون، وحصوله على أعلى نسبة مئوية بين جميع الوسائل الإعلامية، ثم جاءت الإذاعة، فالدوريات من صحف ومجلات، ويشير تقرير أمريكي علمي إلى أن ثلثي الأمريكيين تقريباً يحصلون على أنبائهم ومعلوماتهم من التلفزيون، وفي المملكة المتحدة البريطانية أصبح التليفزيون وسيلة الإعلام الأساسية لغالبية جماهير المملكة، بينما اكتشف في اليابان معهد دراسات الرأي العام التابع لهيئة الإذاعة اليابانية أن كثيراً من اليابانيين يعتبرون التلفزيون جزءً لا يتجزأ من حياتهم اليومية، كما أن ثلاثة أشخاص من بين كل عشرة يعتبرون التليفزيون أهم مقومات الحياة، **ومن هنا يناط بالتليفزيون وظائف عدة أبرزها:**

- المعرفة والإخبار: للتليفزيون المقدرة على جعل العالم بين يدي المشاهد، ونقله إلى أماكن لا يمكنه الوصول إليها، مثل أعماق البحار والفضاء، والغابات الممتلئة بالوحوش، وهو يتيح نقل أحداث ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى، والطاقة البشرية المجردة عن الوصول إليها.
- توحيد الوجدان القومي حيث يؤدي التليفزيون دوراً في توحيد الوجدان وتأكيد روابط الانتماء والتمازج القومي بين مكونات المجتمع وتعمل برامجه على تلاقح الثقافات وتقوية النسيج الاجتماعي عبر الفنون الشعبية والتراث.

- التثقيف والتعليم: للتليفزيون أهمية خاصة في هذين المجالين، وذلك عائد لقدرات التليفزيون الكبيرة، ففيه الصورة المسموعة، والمعروف أن هذه الصورة لها أثرها التعليمي، فهي تزيد من وضوح الكلمة، ما يؤدي إلى زيادة في فهم معناها، والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعانٍ ومفاهيم، وهذا كله يساعد على سهولة فهم الموضوع الموجه واستيعابه، وفي بعض الدول ذات المساحة الشاسعة والمجموعات السكانية المتباعدة، وتزيد فيها المناطق الريفية فإن التليفزيون يحل محل المؤسسات التعليمية التي لا تستطيع بعض الدول إنشاءها.
- التربية والتقويم: لم يقف التليفزيون عند حد التعليم، بل تعدى ذلك إلى التربية، وصار له دور هام في تربية الجمهور، وبخاصة الأطفال، فله تأثير في تربية العقيدة والمبادئ والأخلاق والسلوك، إضافة لأنه يقوم بوظيفة التربية الفنية والجمالية.
- التنشئة الاجتماعية والسياسية: إن وظيفة التربية المُناطة بالتليفزيون جعلته الوالد الثالث، لتتعدى مفاهيم التربية إلى حدود الوعي بالتنشئة الأسرية اجتماعياً وسياسياً، فهو الذي يصمم النسق القيمي وهو الذي يضع صيغ الرموز والصور الذهنية عن الفرد والجماعة وصولاً إلى المجتمع والعالم المحيط، وبالتالي يقوم التليفزيون بنقل الثقافة للأجيال من ناحية عرض التقاليد والاحتفاليات وبيان الحقوق والواجبات من ناحية أخرى.
- الوظيفة التكوينية: كون التليفزيون منسق لتكوين آراء الفرد وتشكيل اتجاهاته وآرائه تجاه كل ما يحدث في محيطه القريب والبعيد من أحداث ووقائع.
- الوظيفة الترفيهية والتسلية والقضاء على وقت الفراغ: فالتليفزيون الأقدر على تأدية هذه الوظيفة نتيجة خصائصه التكنولوجية وقدرة تعاطيه مع المواد الدرامية والفنية والمنوعة بطريقة جذابة وسهلة التلقي والفهم.
- الوظيفة الوسيطة: حيث كان العرف قديماً أن التليفزيون يتوسط لتحسين حياة الناس من خلال التركيز على قضاياهم وإشكالياتهم ومنغصات عيشهم، فالعرف القديم أن المجرمين والقتلة لا يستطيعون ممارسة هواياتهم بالقتل والانحراف والفساد أمام كاميرات التليفزيون لأنها تفضح أعمالهم أمام الرأي العام، فحين دخلت القوات الأمريكية تحت مسمى حرب الجياع إلى الصومال كانت النتيجة آلافاً مؤلّفةً من القتلى، لكن حين تدخلت كاميرات التليفزيون كانت النتيجة

مساعدات خلّصت 40% ممن عرضت صور هياكلهم العظمية تطغى على لحم أجسادهم من مشاكلهم الغذائية.

سابعاً: خصوصية الكتابة للتليفزيون وإبداعية السرد المرئي:



يقولون الصحافة تروي الرسالة كما ساعي البريد التقليدي، لكن التليفزيون يرويها كما الحلم المصور كامل التفاصيل، ولهذا تظل الكتابة للصورة الهم الرئيس والشغل الشاغل للصحافيين التلفزيونيين، والجميع يعترف بأنها مهارة ليست هينة، وإتقانها والتمكن منها يحتاج عملاً دؤوباً لسنوات، ورغم تعدد طرق بناء الموضوعات الصحافية وتنوعها، وإدخالها في السياق الجذاب للمتلقين؛ فإن عالم الصحافة التليفزيونية يظل محكوماً، لحسن الحظ، ببعض المعايير الموحدة التي يساعد الإلمام بها على تسهيل مهمة الصحافيين التلفزيونيين الجادين في إيصال الحقيقة بصورة مبتكرة، ولعل من هنا تتحلى أهمية عرض أسلوب الكتابة للغة البصرية والسرد المرئي، كمدخل لكيفية توظيف هذه اللغة في الحديث التليفزيوني والتحقيق التليفزيوني تحديداً، **وذلك وفق التالي:**

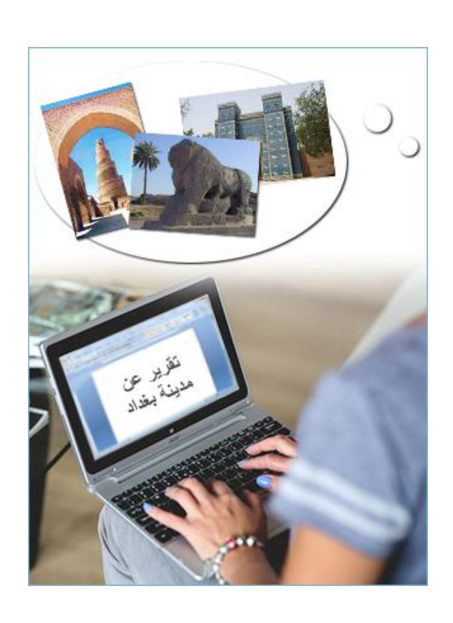
الأسلوب الأكثر شيوعاً لكتابة اللغة البصرية:



تذهب معظم الكتابات العربية –على قلتها– في مسألة التعامل مع الصورة في التليفزيونات العربية إلى تحديد الأزمة الأكبر والأوضح في أنها تكمن بالأساس في عدم إدراك الفارق بين شكل الكتابة لقارئٍ أنت عينه، التي رأت وتحكي، وبين الكتابة لمشاهد له عينان تريان ما على الشاشة، بينما تساعده أنت بكلماتك على إدراك أشياء أخرى، وفي المادة التليفزيونية – تقرير أو فيلم وثائقي أو مقتطف – الصورةُ هي العنصر الأول يليها الصوت الطبيعي المصاحب للمشاهد ثم تأتي كلمات المراسل أو المعلق إن اقتضى الأمر ذلك لتضيف ملمحاً آخر للمادة.

وكنموذج للتعبير عن إدخال صانع الفيديو لابد أن يكون مكملاً لصورة واضحة، وصوتاً ينقل إلى أجواء القصة وتفاصيلها، وبالتالي تتطلب الكتابة للتليفزيون مجموعة مهارات مختلفة عن تلك المستخدمة في الكتابة للصحافة المكتوبة، ومفتاحها الكتابة الواضحة والموجزة، ففي نهاية المطاف لا يستطيع المشاهد التليفزيوني أو المستمع الإذاعي أن يعود إلى الوراء كي يعيد قراءة إحدى الجمل.

الأسلوب الأساسي لكتابة اللغة البصرية:



عندما ينتهي تقرير أو برنامج تليفزيوني مرَّ على الشاشة للتو اسأل نفسك هذا السؤال: هل شاهدتَ العمل أم أنك استمعت إليه؟ فأكثر ما يعيب أعمالاً تليفزيونية تملأ الفضائيات أنها تكتب بمعزل عن الاهتمام بما يرافقها من صور، والحل في هذه الحال يبدو ساذجاً للغاية: لو كان الحديث عن بغداد فإن منظراً عاماً للمدينة سيظهر على الشاشة، ولا شيء آخر – على اعتبار أن الرابط المباشر للحديث عن بغداد هو صورتها فقط، لا ناسها ولا آثار قذائف على البيوت. لا شيء يعبر عن بغداد إلا مشهد بغداد نفسها، ولهذا عند الكتابة للتليفزيون، في وقت الكتابة ذاته، يجب التفكير بما سيرافق النص من صور: هل من الضروري وضع صورة ما يتم الحديث عنها مباشرة؟ وهنا يطرح سؤال مهم أليست الكتابة، بعيداً عن التليفزيون، تخلت منذ زمن عن التشبيهات المباشرة واعتنت بنفسها لتخلق لغة أكثر رحابة من صورة تقليدية تلمع في الذهن عند سماع تلك الكلمة؟ فلماذا تحمل الأعمال التليفزيونية، التي نراها و"نسمعها" في التقارير أو بقية أنواع البرامج، صيغة تعليمية (وكأنها كتاب مدرسة مباشر يغرق في حسه التلقيني) وبعيداً تماماً عن أي إبداع ممكن، ولماذا لم تستطع الكتابة التليفزيونية التحرر من إسار الصور النمطية: ومتى تصل تلك الأساليب إلى زمن الحداثة أو ما بعدها؟ ومتى تصل لأن تكون أعمالاً تليفزيونية؟ قد يسلط هذا الخلل.

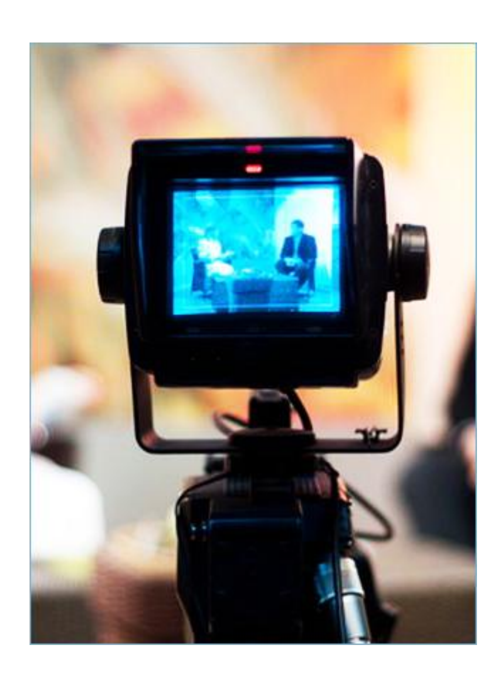


فأي نمطية في التعاطي مع الصور المرافقة للنص التليفزيوني، يلقي بعضاً من الضوء على مدى تراجع مستوى الإعلام المرئي العربي. فهو، على رغم تسيده أنواع الإعلام الأخرى وتفوقه عليها بلا منازع جماهيرياً، فإنه يظل في شكل أو آخر يتبع الإعلام المكتوب، خاصة أن الإعلام المرئي يتفوق على المكتوب انتشاراً، لكنه أسير للأخير بأسلوبه، ولا يستطيع الفكاك منه ب.«اكتشاف» أسلوب كتابة خاص به، مكتشف أصلاً، والحل يبدو بـ «ترجمته» من تجارب متوافرة على

الفضاء ذاته الذي تبث عليه المحطات التليفزيونية العربية، وهذا لا يعني عن أن الكلام المرافق للصورة التليفزيونية لا غنى عنه، لكن هذا فقط في حال تجعل هذه الصور مادة غنية، تضيف قولاً على القول المرافق، أما لو كان الكلام هو نفسه ما يمر على الشاشة، فإن تخفيض الصوت لن يؤثر كثيراً في الاستيعاب.

ويمكن التأكيد أن الهم الرئيس والشغل الشاغل للكتاب التلفزيونيين ليس رسم الصورة المرئية على الشاشة وتعاقب اللقطات، وإنما أن يتقنوا 'سرد' الحكاية بالحوار والمواقف وهي بلا شك مهارة ليست هينة، فإذا كان الطبيعي مع بدايات البث التليفزيوني في المنطقة العربية أن لا يتقصد المؤلفون العرب أن يكتبوا نصوصاً درامية (تمثيلية) للتليفزيون تهتم بالصورة والبناء المرئي للحكاية، ولم تكن للكتابة الدرامية للتليفزيون قواعد وأصول يجب مراعاتها، وإنما اكتفى المؤلفون بنقل أساليب الكتابة للإذاعة أو المسرح، بعد تقطيعها إلى مواقف تدور في ديكورات محصورة داخل استوديوهات التليفزيون.

أسلوب وحدتي الزمان والمكان لكتابة اللغة البصرية



يقول "فيصل الياسري": لقد حتم التقيد بوحدتي المكان والزمان طبيعة الكاميرا التليفزيونية الضخمة شبه المقيدة في مكانها، محدودة الحركة داخل الاستوديو، مربوطة بأسلاك وكابلات متصلة بمازج الصورة في حجرة المراقبة، وبأجهزة التسجيل في حجرة الفيديو، من خلال مداخل ومخارج في جدران الاستوديو، وكان على مصمم الديكور مراعاة مواقعها كي لا يسد طريقها، وعلى المخرج أيضا مراعاتها وهو يرسم حركة كاميراته الثلاث كي لا تتشابك أسلاكها وكابلاتها فتسبب إرباكا لحركتها أثناء التصوير، خاصة وأن كل مشهد كان يصور كاملاً دون توقف لعدم إمكانية المونتاج الإلكتروني آنذاك، مما يستوجب قيام الممثلين بحفظ المشهد كاملاً وتأديته أمام ثلاث كاميرات تعمل متزامنة قام المخرج برسم لقطة كل منها ودرّب المصورين عليها في تمارين متكررة عليهم تنفيذها بصمت وهدوء ودون تلكؤ أثناء التصوير والتسجيل وفق إيعازات وتوجيهات المخرج خلف مكسر الصورة في غرفة السيطرة، ويخاطبهم من خلال السماعات التي كانت هي بدورها كبيرة آنذاك تغطي الأذن كاملة وليس مجرد كتلة صغيرة مدورة تحشر في مدخل الأذن، ولهذا بقيت مهارة كاتب الدراما التليفزيوني لفترة طويلة تتجسد قبل كل شيء في حبكة القصة وبناء المواقف وسرد الحكاية وقوة الحوار ورسم الشخصيات وتصاعد الصراعات بينها، وظل الهم الرئيس والشغل الشاغل للكتاب التلفزيونيين ليس رسم الصورة المرئية على الشاشة وتعاقب اللقطات، وإنما

أن يتقن "سرد" الحكاية بالحوار والمواقف وهي بلا شك مهارة ليست هينة، وإتقانها والتمكن منها يحتاجان إلى ممارسة وخبرة تميز بها عدد من الكتاب العرب عندما كتبوا للشاشات العربية المسلسلات المحلية أو التاريخية.

ومن هنا ثمة تطوران أساسيان في تقنيات العمل التلفزيوني ساهما في حدوث انقلابات ثورية في فنون الدراما التليفزيونية، الأول في مجال التصوير والثاني في مجال المونتاج، ففي المجال الأول أدى تطور معدات التصوير الإلكتروني إلى أمور عديدة مهمة في الإنتاج التليفزيوني، حيث صغر حجم الكاميرا وخف وزنها فسهل نقلها وحملها والتعامل معها، وارتفعت جودة الصورة إلى عشرة أضعاف ما كانت عليه، وأصبحت الكاميرا هي أداة التصوير والتسجيل في آن واحد (كامكوردر) فاستطاعت أن تتحرر من ارتباطها بمراكز التسجيل الثابتة، وأن تخرج من الاستوديوهات وأن تصور الأحداث في الأماكن الطبيعية الفسيحة، فاقتربت الدراما التليفزيونية من الواقعية كثيراً، على الأقل من حيث الشكل.

أما في المجال الثاني، المرتبط بتقنيات المونتاج، فالتطور الذي حصل فيه قرّب العمل التليفزيوني من مهارات العمل السينمائي فلم يعد من الملزم تصوير المشهد دفعة واحدة من حيث الزمان أو المكان، فصار من الممكن مثلاً تأجيل بعض لقطات من نفس المشهد لتصور في زمن آخر، ولم يعد الممثل مجبراً على حفظ المشهد كاملاً، وأدائه دفعة واحدة أمام عدد من الكاميرات تصوره في أوضاع مختلفة، وصار من المفضل تصوير عدد من المرات للقطة الواحدة واختيار أفضلها أثناء المونتاج اللاحق.

أساليب ما بعد العصر الرقمي لكتابة اللغة البصرية



حدث الانفجار الأعظم في فنون الإنتاج التليفزيوني في الثلاثين سنة الأخيرة بدخول التقنيات الرقمية في التصوير والمونتاج، فالكاميرا التليفزيونية والسينمائية هذه الأيام بحق كمبيوتر للتصوير، ووحدات المونتاج كمبيوتر للمونتاج، فلم يعد من المتوقع أن يرى الآن إنتاجاً تليفزيونياً بلا مؤثرات صورية وتصحيحات بالكمبيوتر، وإضافات إبداعية رقمية لم يكتبها كاتب ولم يؤديها ممثل.

وهكذا فتح تطور تقنيات التصوير والمونتاج الديجيتال آفاقا غير محدودة للسرد الدرامي التليفزيوني أطلقت العنان لخيال الكاتب لصياغة "حكايته" بالنمط الذي يريده، وأن يستعيض عن الحوار بالصورة المعبرة أو الموحية، وأن يقترب النص التليفزيوني كثيراً من تفاصيل ومنهج السيناريو السينمائي، الذي يكتمل على يدي المخرج.

نصائح كتابة اللغة البصرية

ينصح منتج الوسائط المتعدّدة "جيهانغير أيراني" لتطوير الكتابة للأعمال المرئية التلفزيونيين نقلاً عن "جيسيكا وايس" باختيار أي مقالة إخبارية من أي صحيفة كبرى ومحاولة قراءة المقطع الأوّل بصوت عالٍ، وسيجدونه على الأغلب "طويلاً جداً وجافاً"، وحسب تعبيره "فلن تستطيع التقاط أنفاسك وأنت تنهي قراءته"، وللمساعدة على صقل المهارة الكتابية للبث التليفزيوني أو الإذاعي أو عبر الإنترنت، قدم "جيهانغير" والمدرّب الإعلامي "أيستيل ديلون" مجموعة من النصائح لكتابة اللغة البصرية:

- اكْتب كما تتحدّث: اكتب بصوتك، بلهجة مخاطبة، كما لو أنك تخاطب مستمعاً واحداً، وأبقِ الجمل قصيرة، وإن كنت تملك جملاً طويلة، ألحق من بعدها مباشرةً جملاً قصيرة، وعندما تعود إلى قراءة السرد بصوتٍ عالٍ، هل تبدو حقاً كما وأنك أنتَ المتكلم بالفعل؟
- أبقِ الأمور على بساطتها: خصص جملة لكل فكرة، وكن واضحاً وموجزاً، والتزم بالقصة المختارة سابقاً، ولا تحاول جاهداً كي تثبت "قدراتك وذكاءك".
- الكثير من التفاصيل يمكن أن تفقد المعنى الأساس وتفقد القصة تركيزها.
- تجنب معظم الكلمات المتعدّدة المقاطع، والكلمات التي يصعب لفظها، والجمل الطويلة الملتوية، وكما يقول "ديلون": "ارفع من شأن الكلمات الصغيرة".
- وفّر الخصوصية: رغم أن الهدف يكمن في الكتابة الواضحة، لكن يجب عليك تجنّب الكتابة بطريقة عامة، إذ يقول ديلون أنه يجب عليك أن توفر السياق لأي عامل قد يخلق الارتباك أو "رفع الحاجبين".
- عندما تقدّم وصفاً عن الأشخاص لا تضعهم من خلال وصفك في خانات أو تصنيفات معينة، وقل تحديداً ما الذي يؤدونه دون الاستعانة باللقب الرسمي الذي يستخدمونه للتعريف بوظيفتهم أو عملهم.

- اسرد القصص بالتسلسل الزمني المطلوب: احرص على امتلاك المحتوى الخاص بك على بدايةٍ ومنتصف ونهاية، و "لا تدفن" الجملة الأولى التي يبدأ بها النص؛ وضَعْ الأخبار في مرحلة لاحقة عن البداية، بحيث لا تبني المعلومات بشكل تدريجي للأشخاص لمعرفة المعلومة.
- استخدم المضارع والصوت النشط المحفّز: أنت تكتب بانسيابية للتعبير عن ما يجري الآن، فدائماً ما تُصارع محطات البثّ الإذاعية والتليفزيونية لنقل الحدث فوراً وبطريقة مباشرة، لتنقل هذا إلى المستمع.
- استخدم المبنيّ للمعلوم (الصوت النَشط) كلّما كان ذلك ممكناً، ففي اللغة الإنجليزية، حاول استخدام الجملة التي تحمل في تركيبتها الفاعل–الفعل–المفعول به. على سبيل المثال: "الشرطة (الفاعل) اعتقلت (الفعل) 21 ناشطاً (المفعول به) لتنظيمهم وقفة احتجاجية على ميرليون بارك بعد ظهر يوم السبت، وباللغة العربية قدم الفعل على الفاعل.
- اكتب من أجل الصُور: يجب أن يرى مشاهدو الفيديو والتليفزيون سبب حدوث شيءٍ ما، ففي التليفزيون، تُستخدم الجملة –"أكتبُ للشريط المصوّر" – لوصف كيفية بناء سيناريو القصة حول الصور المرئية التي جمعتها مسبقاً، وليس هناك من مبرّر للكتابة بشكل يفوق القصّة أو عدد الصور الموجودة.
- استخدم الصور: يتخيّل الجمهور الإذاعي ما يمكن للناس والأماكن والأشياء أن تكون عليه في القصّة، وكوّن من خلال كلماتك المستخدمة صوراً مرئيّة قويّة ومباشرة لا تحمل أكثر من معنى واحد.
- استخدم الأفعال التي تصف الحالة أكثر من استخدام الصفات، فعلى سبيل المثال، إن كنت تقول "هو يتبجّح أو يسير متئداً" فأنت تعطي الجمهور صورة واضحة مع الاستغناء عن استخدام الصفة، لكن لا تدع الكتابة بأسلوب الصور الحيّة والغنيّة يوصلك إلى الإسهاب في الكتابة، بل استخدم الكلمات المقتضبة.
- دع المتحدّث يتكلّم: إن كنت تستضيف (show) أو مقابلة معيّنة، كن المضيف. ولا تُحكم قبضتك على موضوع القصّة.
- عندما تُجري المقابلة، "لا تُهَمهِم، 'mm hmm' خلالها ولا تواظب على الحديث عن نفسك، فحسب "أيراني " أنتَ مجرّد قناة تكمن مهمّتها في متابعة إيصال القصّة/ التجربة/ والعاطفة من الضيف إلى الجمهور".

أسلوب الشبكة البريطانية في كتابة اللغة البصرية

تفتتح شبكة بي بي سي دليلها للكتابة للصورة بعبارة تصلح ملخصاً لمشكلات الصحافة التليفزيونية العربية، إذ تقول:

1. أبسطُ قواعد الكتابة للصورة هي ألا تلجأ مطلقاً إلى استخدام لقطة لملء الفراغ، وألا تكتب كلمة واحدة من دون أن تتأكد من وجود الصور الملائمة لها، أي أن تكتب فقط لما لديك من صور، فاتباع هذه النصيحة سيجنب المشاهد ما يراه من الساعات الطوال التي يقف فيها التليفزيوني ليتحدث إلى الكاميرا بدون هدف أو، أن تجد تقريراً كاملاً بلا متحدثين سوى المراسل نفسه، ولا يعني هذا أن ظهور الصحفي محظور لكن السياق وفائدة الظهور لهدف العمل هو المقصود.
2. كما أن للصورة والصوت أهميةً فإن للصمت والصوت الطبيعي قيمةً في الشريط التليفزيوني، وعليه يقول يسري فودة في إحدى محاضرته إن استخدام الصمت يتيح للمشاهد فرصة لكي يلتقط أنفاسه، ويتعايش مع القصة، أو العمل الذي يشاهده، ولا تشرح له كل ما يراه، واتركه ليتخيل ويستنتج ويربط الأشياء ببعضها ويصل بنفسه.
3. إن الفارق بين الكتابة للصورة والكتابة للصحافة المطبوعة أو الإلكترونية يتطلب منك في المقام الأول أن تعرف قواعد الكتابة الصحفية الصحيحة من ضبطٍ للحروف واستخدام دقيق للأوصاف والأفعال وسلامةٍ في كتابة الجمل لغويا وصحفياً.
4. مع بداية انتشار برامج (التوك شو) وسيطرتها على مناخ التليفزيونات المصرية علّق كثيرون من المهتمين بالإعلام في العالم العربي على انخفاض مستوى اتقان المراسلين العاملين بها للغة العربية الفصحى، وارتكابهم أخطاء في النطق والتشكيل وضبط نهايات الكلمات، وهو ما كان صحيحاً بدرجة كبيرة لكن الصورة التي تعززت لدى الصحفيين هي أن الصحفي لابدَّ أن يبالغ في إظهار مهاراته الكتابية واستعراض حصيلته اللغوية في غير موضعها، ما جاء في النهاية على حساب المشاهد العادي الذي وجد نفسه أمام لغة متعالية ومفردات لا تناسب الموضوع المطروح أمامه، لذا فالاقتصاد في استخدام اللغة واجب، ويأتي في الوقت نفسه مع إتقانها لتكون سهلة وبسيطة على مشاهدٍ يُهمه في المقام الأول أن يرى ما غاب عنه لا أن يستمع إلى عمل أدبي ولغة تناسب مُنتجاً ثقافياً إبداعياً وليس نشرة إخبارية أو تقريراً من الشارع.

5. للصورة ذائقةٌ وثقافة كما للغة، وتنميتها والبقاء على اطلاعٍ على الجديد فيها يحتاج منك تخصيص وقت يومي لمتابعة ومشاهدة فيلم أو أكثر من تقرير تليفزيوني وصور فوتوغرافية بشكل مستمر ليساعدك كل هذا على تطوير تعاملك مع الصورة واللقطات وتجديد الروح التي يتسم بها عملك التليفزيوني، ولتلاحظ تجدّد الأفكار وزوايا التصوير واستخدام الموسيقى.

6. قبل أن تتحرك إلى تصوير عملك، فكر وتوقع ما الذي قد تراه وأعدّ قائمة مبدئية بالمَشاهد التي تريدها وتناقش مع المصور فيها، وإن لم تكن أنت من تصوّر وقبل أن تتحرك عائداً راجعها واعرف ما فاتك، وحين تصل إلى القناة مرة أخرى قم بمشاهدة ما تم التقاطه وفرّغ كلماتً جاءت على لسان الضيوف أو الأشخاص الذين التقيتهم، وأعدّ بهم قائمة مفصلة، وسيساعدك كل هذا في كتابة نصك، وسيساعدك كذلك حين تبدأ في المونتاج بدلاً من أن تبقى حائراً في الاختيار، أو أن تكتب نصاً أولياً لا علاقة له بالصور، وتبدأ في لصق مشاهدَ منفصلة تماماً عن المكتوب.

7. وأنت تكتب تذكر أن أكثر النصائح تكراراً في كل كتابات المهتمين بالتليفزيون ومدرّبي الكتابة للصورة هي استخدام الجمل القصيرة، ولكي تساعد نفسك حين تقرأ النص وأن تنتقل من مشهدٍ إلى مشهد بسهولة وتدفع المشاهد إلى المتابعة دون ملل.

8. حرصاً على تقريرك أو قصتك التليفزيونية اكتب أنت بنفسك المقدمة التي سيقرأها مقدِّم النشرة أو المقطع الشارع الذي سيصاحب ظهورها على الموقع الإلكتروني، لأنك أكثر الناس دراية بما يحتويه التقرير، وبإمكانك أن تقدم للقارئ أو المشاهد ما يجذبه للمشاهدة دون أن تحرق الفكرة.

الخلاصة

لقد تم تطوير البث التلفزيوني وبرمجته وسلط الضوء على نشأته التاريخية الأولى، وذلك بشكل موجز ومختصر، مع التركيز على كيفية تطوير البنية البرامجية للتليفزيون، وتطورها بين البث المباشر والبرامج المعدة داخل الاستديو وخارجه بأشكالها المختلفة الواقعية والدرامية والمسابقات والمنوعات، مما قدم مدخلاً لأنواع البرامج التليفزيونية بشكل عام، ومكانة البرامج الحوارية والتحقيقية (الحديث والتحقيق التلفزيوني) فيها، التي تحتل اليوم موقعاً ثابتاً ومكرراً، إضافة كونها تحتل موقع الصدارة، والتركيز المؤسساتي والجماهيري، وهناك خصائص أخرى تكنولوجية للتلفزيون كوسيلة اتصالية (سمع-بصرية) إضافة لمزايا بنيته البرامجية ذات الطابع التفاعلي، وهناك سلبيات للخدمة البرامجية للتلفزيون، ولقد تم استعراض خصوصية الكتابة التلفزيونية وإبداعية السرد المرئي، متعرفاً على أبرز مدارس وقواعد هذه الكتابة وأسسها المختصة بالكتابة للصورة، سواء الفكر الأولي أو الأساسي أو التطبيقي لآلية لغة السرد البصري، كمدخل لكيفية توظيف هذه اللغة في الفصول اللاحقة ضمن الحديث والحوار التلفزيوني والتحقيق التلفزيوني أيضاً.

المراجع

1. الكسندر بوريتسكي، الصحافة التليفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 1990م.
2. محمد معوض، فنون العمل التليفزيوني، الأردن، دار الطباعة الحديثة، 2012.
3. محمد منير سعد الدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، بيروت، دار بيروت المحروسة، ط2، 1418هـ/1998م.
4. عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على الطفل، بيروت، دار الشروق، ط1، 1990م.
5. عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، الرياض، مكتبة العبيكان، ط2، 1417هـ/1997م.
6. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر، 1998.
7. محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي في المجلة العامة، ص 188.
8. إجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العلمية في وسائل الاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.
9. ألبرت لام، هستر وواي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
10. جيهان إلهامي عطية، فن التحرير الصحفي في مجلتي أكتوبر المصرية وباري ماتش الفرنسية، دراسة مقارنة خلال عامي 1990-1991، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1994.
11. أحمد ذكريا أحمد محمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي 1996-1997، دراسة مسحية لمجلتي حواء، ونصف الدنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001.
12. أسامة عبد الرحيم علي، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002.

13. ليلى عبد المجيد/ محمود علم الدين، فنية الكتابة الصحفية والتحرير، د. ن، 1991.
14. سيد أحمد الناغي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
15. هاني محمد محمد علي، العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في المجلات الأسبوعية الإخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية والمصرية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1997.
16. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، دار المأمون للطباعة والنشر، 1981، ص 14-15.
17. كارل واين، تعريب عبد الحميد سرايا، كيف تصبح صحفياً، القاهرة، دار الثقافة.
18. يوسف مرزوق، فن الكتابة للراديو والتليفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
19. فوزية فهيم، التلفزيون فن، القاهرة، دار المعارف، 1981.
20. كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، جدة، دار الشروق، 1987.
21. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1982.
22. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي 1992.
23. عبد اللطيف حمزة، مدخل إلى فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الفكر العربي.
24. إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الأول، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1976.
25. إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الثاني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1976.
26. John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.
27. http://communication.akbarmontada.com/t772-topic
28. http://safaabass.blogspot.com/2014/11/blog-post_82.html
29. http://mawdoo3.com
30. http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284

31. https://www.youtube.com/watch?v=7BKm0IEycyw

32. Vice .bbc .abc .

33. Gerham P. Besly, Magazine Article Writing, Substance and Style, New york: Hlte, 1980.

التمارين

اختر الإجابات الصحيحة:

تحتل البرامج الحوارية في التليفزيون في الأهمية:

A. المرتبة الأولى.

B. المرتبة الثانية.

C. المرتبة الثالثة.

D. المرتبة الرابعة.

الإجابة الصحيحة: b المرتبة الثانية

أول قناة تليفزيونية قدمت برامج متكاملة:

A. هيئة الإذاعة البريطانية.

B. قناة ABC الأمريكية.

C. التلفزيون الفرنسي.

D. التلفزيون الكندي.

الإجابة الصحيحة: a هيئة الإذاعة البريطانية

أهم مزايا الكتابة التليفزيونية:

A. الكتابة للصوت والصورة والحركة.

B. الكتابة للصورة أولوية.

C. الكتابة للأذن والعين وإمكانية القراءة.

D. كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: b الكتابة للصورة أولوية

دخلت برامج التحقيقات التليفزيونية إلى البنية البرامجية التليفزيونية:

A. عبر نشرات الأخبار ضمن التقارير الاستقصائية.

B. عبر برامج خاصة بها.

C. عبر البرامج التسجيلية والوثائقية.

D. كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: d كل ما ذكر صحيح

الوحدة التعليمية الثانية

الحديث الصحفي والتليفزيوني التعريف والخصائص واصطلاحاته اللغوية

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح مفهوم الحديث الصحفي ويتناول بالتفصيل أهم تعريفاته.
2. يشرح تاريخ الحديث الصحفي والتليفزيوني ومراحل تطوره
3. يحدد مفهوم الحديث التليفزيوني
4. يميز بين المصطلحات المستخدمة في الحديث الصحفي والتليفزيوني
5. يشرح مدى إفادة الحديث الصحفي والتليفزيوني من تكنولوجيا الاتصال الحديثة
6. يحدد خصائص الحديث الصحفي والمعالم الأساسية التي تميزه

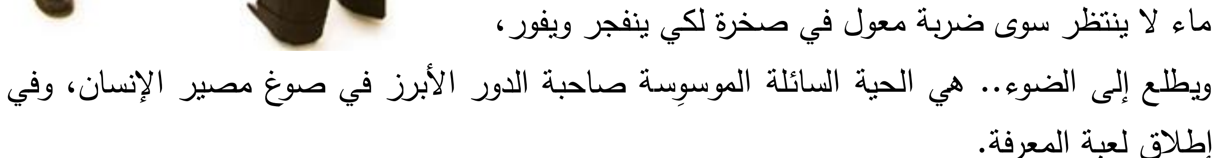
العناصر:

- المقدمة.
- مفهوم الحديث الصحفي وأهم تعريفاته.
- تاريخ الحديث الصحفي والتليفزيوني.
- مفهوم الحديث التليفزيوني.
- تعدد المصطلحات وتنوع مفاهيمها لخصوصية الحديث الصحفي والفوارق النوعية بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً.
- الحديث الصحفي والتليفزيوني وإفادته من تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- خصائص الحديث الصحفي والمعالم الأساسية التي تميزه.
- خصائص الحديث التليفزيوني وسماته العامة.

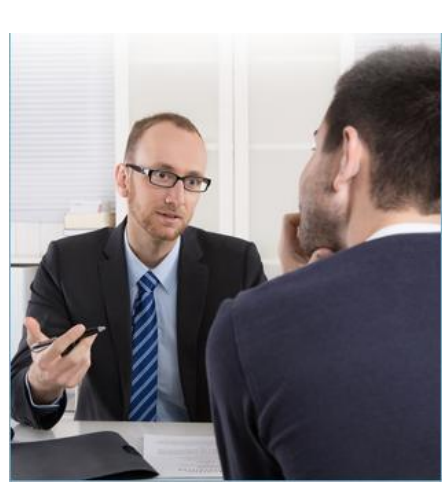
الكلمات المفتاحية:

تعريف الحديث الصحفي – تاريخ الحديث الصحفي – تاريخ الحديث التليفزيوني –مفهوم الحديث التليفزيوني مصطلحات الحديث – الاستجواب الصحفي – المقابلة الصحفية – اللقاء الصحفي – الحديث الصحفي – تكنولوجيا الاتصال الحديثة – خصائص الحديث الصحفي – خصائص الحديث التليفزيوني – هيئة الإذاعة البريطانية.

أولاً: المقدمة



يقول الأعراب "لكل حادث حديث"، وهذا تأكيد على أهمية الحديث في الحصول على المعلومات والتعامل مع أي حدث، فالحديث الصحفي يستهوي الجمهور لما فيه من ذاتية تشعر المتلقي بأنه ليس أمام حقائق جيدة مجردة، أو مادة جافة، بل يجد نفسه أمام إنسان بادله الحوار، وعليه تقول "جمانة حداد": "يوماً سألت الحية المرأة: "أحقاً قال الله لا تأكلا من كل شجر الجنة؟!".. إنه السؤال الأول في تاريخ الإنسانية، سبب ما يسمى "خطيئة" الإنسان الأولي (آدم وحواء)، أي رغبته بالمعرفة.. هو السؤال–الوسواس، الأصل الذي في كل شيء، والذي من أجل كل شيء، لكن أليس كل سؤال وسواساً ماكراً، فكما كان سؤال الحية، ينطوي على جوابه–مأربه، هكذا كل سؤال عالمٌ متكامل مخزن في ذاته ماءُ جوابه، و(ذلته)، ماء لا ينتظر سوى ضربة معول في صخرة لكي ينفجر ويفور، ويطلع إلى الضوء.. هي الحية السائلة الموسوِسة صاحبة الدور الأبرز في صوغ مصير الإنسان، وفي إطلاق لعبة المعرفة.



ورغم تعدد ألقاب الحديث الصحفي وتنوع مفاهيمها، لكن يبقى الحوار الإطار الجامع لهذا النوع الصحفي، وقد ارتبط هذا القالب في وسائل الإعلام بامتداد اجتماعي وإنساني للغة التفاهم، والحديث وإبداء الرأي والمشورة، وبذلك فهو يعد قالباً قديماً أو طريقة تقليدية تمت ممارستها في الحضارات الغابرة من قبيل المحاورات السياسية، ومحاورات القضاء، حتى صار لازماً على قنوات الاتصال أن تقدم للناس ما يشبع احتياجاتهم من أساليب الحوار، كجزءٍ يسيرٍ للفهم من ناحية، ومطلب اجتماعي وثقافي يغطي غرض ما أو تساؤل ما من ناحية أخرى.

وعليه تتمثل أهمية الحوار في: كسر الحاجز النفسي بين متقابلين أو متناقضين، واكتشاف الآخر وفهم أفكاره ودوافعه، وإثراء الأفكار والانطباعات، وجسر المسافات، وتوضيح المواقف، وتدوير الزوايا، وتجنب تأزيم العلاقة أو المواجهة، للوصول إلى نقاط الاتفاق.

وكي يصبح حوار الصحفي مع الآخر ومتابعيه الهدف، ينبغي أن يمتلك أحد أهم فنون الإقناع والتأثير، وهو فن الحوار، حتى أنه يعتقد أن فن الحديث وفن التواصل وفن الحوار هم منظومة واحدة يعزز بعضها الآخر، فالحوار في دلالاته لا يحمل صفة الخصومة والجدال، فالدافع الأساسي للمحاور الجيد ليس إقناع من يحاوره بوجهة نظره، وجعله يقف إلى جانبه، وإنما دافعه الأساسي أن يري محاوِره ما لا يراه، وأن يظفر منه أيضاً بكشف غموض أمور لا يراها ولا يعرفها.

وختاماً فإن عمل الصحفي يوصف بصفة عامة بأنه نوع من الحديث المستمر والطويل مع المصادر، سواء نشرت خلاصة هذه الأحاديث بصورة خبراء، أو ضمنت في مقال أو تقرير أو تحقيق، أو نشرت منفصلة في صورة حوار صحفي، وذلك على أساس أن الصحفي يحصل على المعلومات من خلال سؤال الناس وتسجيل إجاباتهم، ومن هنا تقول "سوزان إيجر": "الاقتباسات خلاصة وروح الحوارات، إنها النوافذ الملونة للمادة الصحفية، وأساسها الحوار والحديث الصحفي".

ثانياً: مفهوم الحديث الصحفي وأهم تعريفاته



تتعدد تعاريف الحديث الصحفي وتختلف وفقاً لنظرة الباحث إلى طريقة العمل الصحفية، ونظرته للحديث كنوع صحفي مستقل، وكذلك وفقاً للجانب الخاص والمتميز الذي يرى ضرورة التركيز عليه من بين الجوانب والخصائص المختلفة للحديث، وعليه تعرض السطور التالية لأهم تعريفات الحديث الصحفي بشكل عام قبل الولوج في تعريف الحديث التليفزيوني، من مناظر عدة.

ومن هنا يعد الحديث الصحفي ركناً أساسياً من أركان الصحافة الحديثة، كما تعد القدرة على الحديث مع الناس وإقناعهم بالإدلاء عن المعلومات والآراء التي بحوزتهم من أهم المهارات التي يجب أن يتسلح بها

الصحفي، وإذا كانت المعلومات هي العمود الفقري للصحافة فإن الحديث مع الناس سواء كان وجهاً لوجه، أو من خلال التليفزيون، أو البريد الإلكتروني، هو الطريقة التي يحصل بها الصحفيون على معظم هذه المعلومات، يقول "سكانلان" إن أكثر المعلومات جدة –وإن لم تكن بالضرورة أكثر دقة– تأتي دائماً من أفواه الناس، ومن هنا يعد الحديث الصحفي فناً قائماً بحد ذاته من جهة، ومدعماً للفنون الصحفية الأخرى من جهة أخرى، حتى أن البعض جمع عدداً من الفنون الصحفية تحت عباءة الحديث الصحفي، على أساس أنها جميعاً تعتمد على ما يقوله الناس وليس ما يفعلونه، وبالتالي يمكن اعتبار مفهوم الحديث الصحفي يشمل تغطية الأحاديث العامة، والمحاضرات، وجماعات النقاش، والمؤتمرات الصحفية، والمحاكمات والاجتماعات العامة، إضافة إلى الأحاديث الشخصية كما تنشره وتبثه وسائل الإعلام عن اجتماع أو جلسة أو لقاء، وعليه لا تقتصر الأحاديث الصحفية على متحدث واحد، بل تتوسع لتشمل عشرات المتحدثين أحياناً، فالحديث الصحفي عبارة عن شكل خاص من أشكال الاتصال الإنساني، ويمكن تعريفه بحدوده الواسعة على أنه نموذج–شكل اتصالي يستخدم حينما يقوم شخص (الصحفي الذي يجري الحديث Interviewer) بتوجيه سلسلة من الأسئلة لشخص آخر (الشخصية التي يجرى معها الحديث Interviewee)، وهذا لا يستبعد حالة أن يكون فيها أكثر من صحفي يسأل، وأكثر من شخصية تجيب، كما لا يستبعد حالة تقوم فيها الشخصية بتوجيه الأسئلة، وفي مثل هذه الحالات يكون شكل الاتصال أقرب إلى النقاش والمناظرة منه إلى الحديث الصحفي.

ثالثاً: تعريفات عربية ودولية لمفهوم الحديث الصحفي

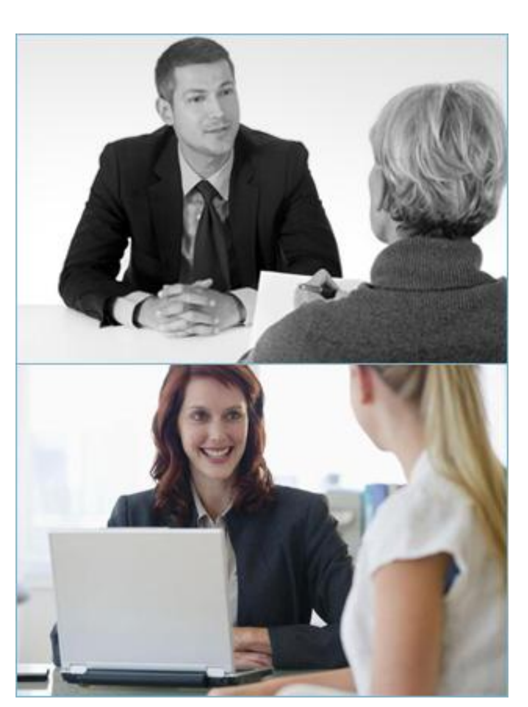
وبناء عليه يمكن تقديم بعض التعريفات العربية والدولية للحديث الصحفي ومفهومه وفق التالي:

- تعرّف "**إجلال خليفة**" الحديث الصحفي بأنه الزيارة الودية التي يقوم بها المحرر الصحفي للشخصية العامة، أو الشخصيات التي تجتمع معاً عند الجماهير، لتصنع الأحداث، وتبرر ولادتها وخروجها إلى الحياة، لتصبح مفهومة عند الجماهير.
- يعرّف "**محمود أدهم**" الحديث الصحفي أنه بمعناه البسيط والعام اتصال الصحفي بالمصدر لاستقاء معلومة، أو رأي، وهي أساس كل العمليات الإعلامية.
- يعرّف "**فاروق أبو زيد**" الحديث الصحفي بأنه فن يقوم على الحوار والشخوص التي يستضيفها، وهو حوار يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة، أو طريفة، أو مسلية في حياة هذه الشخصية، والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد، وهو الشكل الغالب على هذا النوع الصحفي، لكن قد يجرى أيضاً مع أشخاص عدة، كما هو الأمر في الاستفتاء أو الندوة، وعلى النقيض قد يجرى الحديث صحفي واحد، وربما عدة صحفيين كما هو في المؤتمر، وفي هذه المرحلة من المراحل التي يمر بها

الحديث، فإن الجمهور يتطلع إلى معرفة ما يقوله الآخرون، وكيف يفكرون، وماذا يفعلون لذا يتبين أن معظم الأحاديث التي تبث أو تذاع أو تنشر تقوم على المعلومات التي يحصل عليها الصحفي من مختلف الشخصيات، التي يهم الجمهور التعرف إليها وعلى آرائها، لذلك فالهدف الرئيسي من إجراء الحديث هو اكتساب المعلومات من خبير أو صاحب رأي أو تقديم شخصية مرموقة يتعرف عليها المتلقي.

- يعرّف "**شامين نورياهن**" الحديث الصحفي بأنه أداة المحرر الرئيسية التي يقوم باستخدامها من أجل الحصول على المعلومات.
- يعرّف "**أحمد بدر**" طريقة المقابلة بالتبادل اللفظي وجهاً لوجه بين المقابل والمستجوب، وذلك للحصول على المعلومات أو الآراء التي تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل بال الرأي العام.
- ويعرّف "نيل وبراون" الحديث بأنه مقابلة تجرى بطريقة عالية المرونة من أجل الحصول على المعلومات، ويمكن أن تتم وجهاً لوجه، أو عن طريق استخدام التليفزيون أو الهاتف أو البريد.
- يعرّف "**ألفريد لورانس**" الحديث الصحفي بأنه فن يقوم على المقابلة والحوار بين محرّر أو أكثر، وإحدى الشخصيات للحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو استعراض وجهة نظر أو رأي ما، بصدد قضية أو موضوع أو حدث يهم الجمهور، وقد يقتصر على تصوير جوانب خاصة جادة أو خفيفة، وطريفة ومسلية في حياة الشخصية، وهو قد يكون مباشراً، أو يتم عبر وسيط تقني، مثل التليفون أو البريد الإلكتروني، أو أجهزة الحاسب الآلي.
- يعرّف "**أحمد ذكريا**" الحديث الصحفي بأنه فن يعتمد إجراء حوار بين محرر أو أكثر أو شخصية أو أكثر، ويقدَّم بشكل مستقل بهدف الحصول على معلومات أو تقييم رأي، أو آراء تجاه واقعة، أو عدد من الوقائع، أو شخص ما أو عدة أشخاص قد يتخذ شكلاً مباشراً، أو تليفونياً أو مؤتمراً صحفياً أو ندوة.
- يعرّف "**جون أرون**، John Aron" الحديث بأنه أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات والآراء، وهو نوع صحفي مستقل له خطواته وأهدافه، وطرق تحريره، وفيه يسعى المحرر، أو المحررون إلى شخص واحد، أو عدة شخصيات، مستهدفين الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح آراء ووجهات نظر، ومواقف أو إلقاء الضوء على شخصية معنية، أو التركيز على الطريف والممتع في الأحداث والشخصيات، أو كل أو بعض هذه الأهداف.

رابعاً: تاريخ الحديث الصحفي والتليفزيوني



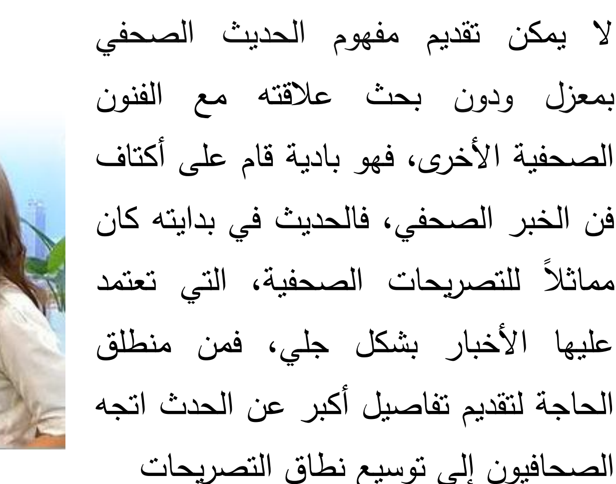
الحديث الصحفي فن جديد تاريخياً نسبياً، حيث عرّف فن "الحديث الصحفي" ضمن أروقة الصحافة ابتداءً من القرن التاسع عشر، لكنه لم يستخدم بشكل عام، ولم يأخذ مكانته المرموقة إلا مع بداية القرن العشرين، وأخذ يتطور وينمو تدريجياً حتى أصبح أحد أهم فنون التحرير الصحفي في الإعلام المعاصر، وصاحب هذا التطوير التقدم المتزايد في الإمكانات التكنولوجية بداية من انتشار الاختزال بداية القرن العشرين، مروراً باختراع أجهزة التسجيل ثم أجهزة الحاسب الآلي، المحمولة وغيرها، من الأدوات التقنية التي أتاحت للصحفي سهولة، ودقة أكثر في إجراء الحديث، وكتابته وتحريريه، وأمنت له وسيلة تحميه من اتهام المصادر له بتأويلها، واختلاق المعلومات والآراء، وعليه يعد التطور التكنولوجي رافداً كبيراً لتطور وازدهار الحديث الصحفي، حيث وظفت تلك الاختراعات لخدمة هذا النوع المهم، وهذا ما أتاحه النصف الثاني من القرن العشرين، الذي بدأ بتقديم اختراعات تكنولوجية بالغة التطور، بداية بالتليفون، فالكس ميلي، والبريد الإلكتروني، والحاسب الآلي والإنترنت والأقمار الصناعية.



ورغم التطور الذي عرفه الحديث الصحفي في النصف الأول من القرن العشرين، ما رفعه إلى مكانة عليا بين فنون التحرير الصحفي، إلا أن ذلك لا يقاس بالتطور الذي عرفه بالنصف الثاني من هذا القرن، فأغلب الظروف الفكرية والسياسية والإعلامية والتسويقية، كانت تحتم أن تتجه الصحافة بعد الحرب العالمية الثانية نحو التركيز على الأنواع الصحفية التي تعد أخبار المعلومات، وتضيف لها بعداً جديداً يتجلى في التفسير والتحليل، لتحقق توازناً بين التغطية الخبرية وتغطية المقال، وتأسس ذلك عبر الصحافة الاستقصائية، وتشير الدراسات إلى أن التركيز بداية كان على الحديث الصحفي كنوع استقصائي مستقل، قبل أن يتوّج لخدمة فن التحقيق الاستقصائي.

ورغم تميز وسيلة عن أخرى في إجراء الحديث، حيث يعتبر الحديث عبر التليفون جامداً فاشلاً، ويعجز عن خلق التفاعل والألفة بين المتحدث ومحاوِره، وتمنع رؤية انطباعات الطرفين، والتعديل على أساسها، وكذلك الحال بالنسبة لحديث البريد الإلكتروني أو الإيميل المعلب الجاهز نادر الحدوث رغم سرعته وفوريته بإجراء المقابلة، مقارنة بالحديث الصحفي المباشر الذي يؤخذ عليه سلطة المحرّر بعد انتهاء الحديث في إعادة التحرير واختيار شكل العرض ومفردات الصياغة النهائية، **ما حتم أن يكون التطور وصولاً للحديث التليفزيوني الأكثر إشراقاً وتفاعلية وحياة،** حتى أن حديث المؤتمرات الصحفية، أخذ نفساً وبعداً جديداً عبر النقل التليفزيوني لوقائع مجرياته.

خامساً: جدلية العلاقة بين الحديث الصحفي والفنون الإعلامية الأخرى





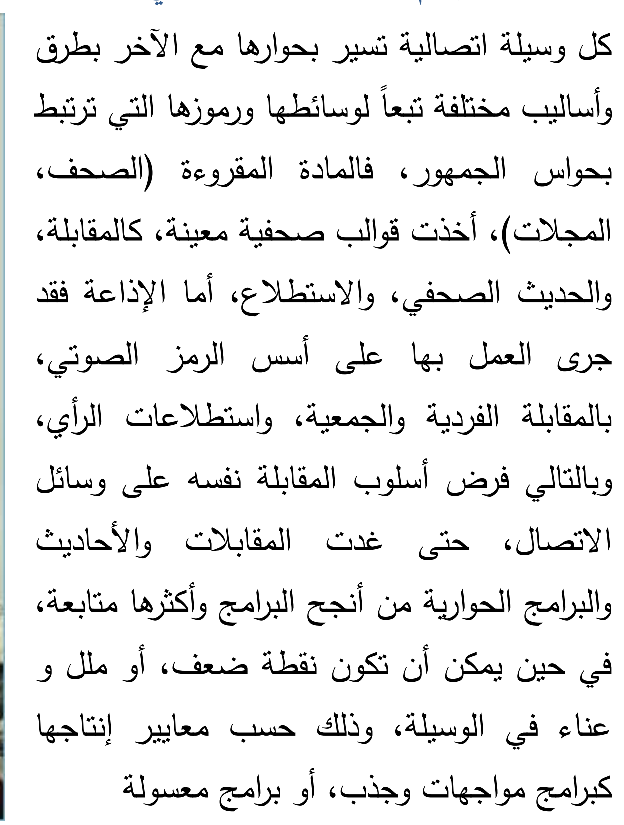
لا يمكن تقديم مفهوم الحديث الصحفي بمعزل ودون بحث علاقته مع الفنون الصحفية الأخرى، فهو بادية قام على أكتاف فن الخبر الصحفي، فالحديث في بدايته كان مماثلاً للتصريحات الصحفية، التي تعتمد عليها الأخبار بشكل جلي، فمن منطلق الحاجة لتقديم تفاصيل أكبر عن الحدث اتجه الصحافيون إلى توسيع نطاق التصريحات التي يحصلون عليها من مصادر الأخبار، ووضعها في قالب تحريري جديد يقوم على توجيه أسئلة محددة للمصادر ونشر إجابات المصدر عليها، وبالتالي الحديث الصحفي كفن نشأ في أحضان الخبر الصحفي بالأساس بتقديم معلومات أو آراء حول الحدث على لسان المصدر أو المصادر المعنية.

ومع نجاح هذا القالب الفني الجديد وسع الصحافيون نطاق وظائفه لتضم إلى جوانب الإخبار والتفسير كل من التسلية والإرشاد والتوجيه، ومن هنا ظهرت أحاديث الرأي التي تركز على تقديم آراء المتحدث، في حديث معين، أو من قضية محددة، وأحاديث التسلية التي تركز على ما يقدمه المتحدث من معلومات شخصية وعامة، ذات طابع خفيف ومسلي للمتلقي، وأحاديث القدوة أو المثل، أو ما يسمى أحاديث التوجيه التي تركز على تقديم الجوانب الإيجابية في حياة المشاهير من علماء وفنانين وأدباء، وعليه ترسخ مفهوم الحديث الصحفي في ضوء التطور السابق أنه حوار يجريه المحرر مع شخصية بهدف الحصول على معلومات أو أخبار جديدة، أو بهدف استطلاع آرائها حول قضية أو حدث، أو بهدف تقديم جوانب الشخصية وتاريخها ومسيرة حياتها.

وفي إطار هذا المفهوم يثار التساؤل حول مدى أهمية الحديث الصحفي كفن صحفي مستقل في الصحافة الحديثة، وهل يمكن اعتباره فناً صحفياً قائماً بذاته مثل الخبر والتحقيق، وتتطلب الإجابة عن هذا السؤال توضيح علاقة الحديث الصحفي بفني الخبر والتحقيق، فبين الحديث وكل من الخبر والتحقيق نسبٌ وثيق يعود إلى ظهور الأول كفن صحفي مشتق من الثاني واستمرار هذا النسب قائماً بين الفنون الثلاثة فيما يمكن أن نسميه علاقة الإفادة المتبادلة والاستيعاب المتبادل بينهم، وتتجلى مظاهر هذه العلاقة في:

- الخبر الصحفي يكون في الغالب مصدر (فكرة) الحديث الصحفي، فالمحرر لا يختار موضوع الحديث الذي سيجريه إلا إذا توافرت شروط الحداثة والجدة والحالية، لذلك فغالبية موضوعات الأحاديث الصحفية تأتي مستمدة من أخبار منشورة أو مذاعة، وعلى النقيض فالحديث يمكن أن يشكل مصدراً مهماً للأخبار، حيث يمكن نقل ما تقوله الشخصية من كلام مهم وخطير أثناء مقابلة أو حديث ضمن خبر جديد يتعلق بالمقولة المستنبطة بفضل سؤال الحديث.
- الخبر الصحفي يستوعب الحديث الصحفي، بمعنى الحوار مع شخصية من الشخصيات داخل الخبر، وذلك عبر ما يتضمنه من تصريحات لمصادر متخصصة ومسؤولة وصانعة للأحداث، وبالتالي يعد الخبر القائم على التصريحات من أهم أنواع الأخبار والمحرر بطريقة (قالب الحوار المتسلسل)، وعلى النقيض فالحديث يستوعب الخبر، بما يتضمنه من أخبار جديدة ومعلومات إضافية يقدمها المتحدث.
- يستوعب التحقيق الصحفي بدوره الحديث الصحفي بما يتضمنه من حوارات مع متخصصين، وصانعي الأحداث، ومسؤولين معنيين، وأطراف القضية التي يتناولها، فالمعلومات والآراء التي يستمدها صحفي التحقيق من مصادره الشخصية ما هي إلا حوارات يجريها مع هذه المصادر، وعلى النقيض فالتحقيق نفسه قد يكون مصدراً لفكرة حديث صحفي مستقل يجري مع أحد الأطراف المداخلين أو الذين ورد ذكرهم في التحقيق، أو يجري حول القضية التي تناولها التحقيق عبر (حديث الجماعة) الذي يجري مع أكثر من شخصية، بالمقابل فإن الحديث الصحفي يمكنه تقديم فكرة تحقيق صحفي، عبر تصريح مسؤول (غير مدروس) يولد انفجار مشكلة والتحقيق حولها، ومن هنا يعد البعض الحديث خادماً في مملكة التحقيق الاستقصائي، رغم تبادل الأدوار بينهما.

سادساً: مفهوم الحديث التليفزيوني



كل وسيلة اتصالية تسير بحوارها مع الآخر بطرق وأساليب مختلفة تبعاً لوسائطها ورموزها التي ترتبط بحواس الجمهور، فالمادة المقروءة (الصحف، المجلات)، أخذت قوالب صحفية معينة، كالمقابلة، والحديث الصحفي، والاستطلاع، أما الإذاعة فقد جرى العمل بها على أسس الرمز الصوتي، بالمقابلة الفردية والجمعية، واستطلاعات الرأي، وبالتالي فرض أسلوب المقابلة نفسه على وسائل الاتصال، حتى غدت المقابلات والأحاديث والبرامج الحوارية من أنجح البرامج وأكثرها متابعة، في حين يمكن أن تكون نقطة ضعف، أو ملل و عناء في الوسيلة، وذلك حسب معايير إنتاجها كبرامج مواجهات وجذب، أو برامج معسولة بالمجاملات، خاليةً من كل جديد، أو برامج تضييق على الضيف والجمهور ظناً أن في ذلك الإثارة والتشويق، فالمقابلة فن هادئ لا يحتمل التطرّف، والفضيلة الوسط بين إفراط وتفريط، يهدف لجمع معلومات أو آراء أو تجسيد شخصيات وعرضاً لها.



وعليه يحتل الحوار بكل أشكاله (الأحاديث والمقابلات واللقاءات) نسبة لا بأس بها من وقت الإرسال اليومي في كل محطة إذاعية أو تليفزيونية، وبعض هذه الأشكال يكون قصيراً جداً لا يتجاوز عشرَ ثوانٍ، بينما أخرى قد يخصص لها ساعة أو أكثر، ويشير اصطلاح المقابلة في الراديو والتليفزيون أكثر على هذا النوع من البرامج، الذي يلتقي فيه مذيع مع شخص ليجري معه حواراً حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين، أو المشاهدين فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها، ما يؤكد أن الحديث التليفزيوني أو ما يطلق عليه الأشكال الحوارية جزء جوهري من البرمجة التليفزيونية، سواء كانت ضمن الأخبار المحلية أو العامة أو في البرامج الحوارية أو أي نوع آخر من البرامج.

وبالتالي يرتبط مفهوم الحديث التليفزيوني بمعنى الحوار التليفزيوني بدوائره الواسعة، التي تتصل بشكل مباشر بطرق الاتصال الشفاهية (المباشرة)، وهي ليست المجادلة أو الحديث أو الخطاب، فالحوار يجمع بين شخصين أو أكثر يناقشون قضية معينة بطريقة مقبولة ثقافياً واجتماعياً، ولها اهتمام ومطلب جماهيري، وبالتالي فإن الحوار التليفزيوني أساسه اللغة بأصنافها (اللفظية والإشارية)، وقد نقل إلى التليفزيون منذ نشوء الصحف والإذاعات، وقد نتج عنه قوالب وأساليب في الصحافة والرواية والمسرح وباقي قنوات التأثير الاتصالية.

الحديث التليفزيوني في التعريف



في الخوض بمفهوم الحديث التليفزيوني تعريفاً فإنه يحدد بالنوع الصحفي الذي ولد في رحم المطبوع، وانتقل بمكوناته اللفظية إلى المرئي، ليضاف إليه اللغة البصرية، سواء للضيف أو للصحفي، مع الاحتفاظ بتقنيات إدارته التقليدية، مسلحةً باستقراء اللغة البصرية ومدخلة مهارات تعابير لغة الجسد في رحلة السؤال والجواب ظاهرياً، والتي هي باطنياً مواجهة "شد الحبل" التي يسعى الصحفي من خلالها لجذب ضيفه للتحدث عما يريد، في حين يحاول الضيف شد الصحفي كي لا يقول إلا ما يرغب بقوله، ومن هنا أضاف التليفزيون للحديث الصحفي الكثير، فهو منحهُ وجهه المشرق المتفاعل الحي، حتى أن البعض يقولون أن التليفزيون أعاد إحياء هذا النوع الصحفي من جديد، وبالتالي جعل التليفزيون الحديث حواراً حياً مباشراً، يعتمد الصورة، ووجود المتحدث، وإمكانية إجرائه بينه وبين المشاهدين وليس فقط بينه وبين الصحفي المحاور، وهذا ما يجعل من الظلم مقارنة الحوار الصحفي المطبوع بالتليفزيوني القادر على جذب المشاهد أكثر، بما يوفه من مؤثرات صوتية مرئية، وفواصل موسيقية وترفيهية وإعلانية، كما أنه لا يتطلب كالمطبوع إلى مجهود من المستمع المشاهد الذي يمكن أن يتابعه أثناء انهماكه بعمل آخر، وهذا يمكن استنتاجه ببساطة من مقارنة عدد الأحاديث التي تنشرها الصحافة المطبوعة مقابل تلك التي تقدم في المحطات الإذاعية والتليفزيونية، ما يؤكد أن هذا الفن الذي ولد وبدأ في الصحافة المطبوعة هو أول وأكثر فن تأثر من منافسة الصحافة المرئية والمسموعة، حتى أصبح أقرب للخروج من الصحف، مع توسع الصحافة الإذاعية والتليفزيونية في هذه البرامج، ومنحها أوقاتاً مضاعفة في خريطة برامجها للحد الذي أصبح نشر الحديث في المطبوع لأي شخصية مجرد تكرار لما قالته هذه الشخصية في الحوار الإذاعي أو التليفزيوني، مثلما تفعل الإذاعة والتليفزيون حال وقوع أي حدث مهم بسرعة الانتقال لموقع الحدث وتغطيته، إضافة إلى إجراء حوارات

فردية وجماعية مع صانعي هذا الحدث، ولا تترك للصحافة المطبوعة سوى مهمة تسجيل ما حوته هذه الحوارات وإعادة نشرها، وفي نظرية الأنواع الصحفية يربط الحديث التليفزيوني بمفاهيم عدة، أبرزها تعريفه كجلسة أو لقاء حوار ونقاش للصحفي مع شخص أو أكثر للحصول على معلومات ذات أهمية اجتماعية موجهة للجمهور.

أهم تعاريف الحديث التليفزيوني:

- **تعرّف** "**ستيفكا بوبوفا**" نقلاً عن "أديب خضور" الحديث التليفزيوني بأنه أحد أشكال التعبير التليفزيونية الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوهر الأحداث والظواهر والتطورات التي تهم شرائح اجتماعية واسعة، ومن خلاله يحصل الجمهور، وبشكل مباشر، ومن شخصيات متميزة على معلومات آنية ومتنوعة، كما يحصل على تحليل أعمق لحدث أو ظاهرة،
- **يرى** "**آلان هوجان**" إن الحديث التليفزيوني نقاش بين طرفين بهدف جمع معلومات بالنيابة عن الجمهور، وبالتالي هو عبارة عن تبادل حواري للمعلومات بالنيابة عن الجمهور لتحقيق مستوى من المعرفة لا يستطيع طرف لوحده أن يحققه، وكلما ازداد مستوى المعرفة كلما ارتفع مستوى النقاش.
- **يعرّف أديب خضور** الحديث التليفزيوني بأنه نوع تليفزيوني إخباري، يجريه صحفي تليفزيوني كفء، مع شخصية خبيرة أو مختصة أو مسؤولة أو (عادية أحياناً)، حول حدث آني أو ظاهرة أو تطور، أو (حول حياة وآراء وأعمال الشخصية ذاتها)، وذلك بقصد الكشف عن وقائع ومعلومات وآراء ووجهات نظر، وتقديم تحليلات وشروح وتفسيرات، تجيب عن التساؤلات الموجودة في ذهن الجمهور، وتساعده في فهم الحدث، من خلال حوار حي ومباشر ومتطور، تتكشف من خلاله الوقائع والمواقف، مباشرة أمام جمهور المشاهدين، وذلك من أجل تحقيق هدف محدد.
- **يعرف عربي المصري** الحديث التليفزيوني بأنه هو حوار، لكن ليس كل حوار يمكن أن يكون حديثاً تلفزيونياً، فالحديث الصحفي الذي هو محضر لنقاش عادي، قد طرأت عليه تحولاتٌ إبداعية في الأزمنة الحديثة، وقد بدأ يتحول إثر ذلك وبالتدريج من مجرد عمل إخباري، ليصبح امتحاناً لطريقة في التفكير، وأخذ يعكس الأفكار الداخلية للشخص ووجهات نظره ومواقفه، وتطوراته، وأصبح بالتالي طريقة هامة للبحث، وبالتالي الحديث التليفزيوني نوع صحفي يصنفه البعض فكري والآخر إخباري واليوم بات يصنف كنوع

استقصائي، لأن المحاوِر يتقصى فيه عن المحاوَر، ويقوم على أساس الحوار الذي يجريه صحفي مع شخصية، ويوجه إلى أوسع الجماهير.

سابعاً: تعدد المصطلحات وتنوع مفاهيمها لخصوصية الحديث الصحفي والفوارق النوعية بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً



إن عرض أصول لفظ "الحديث" لغوياً والتفريق بين أنواع اللفظ اصطلاحياً وإجرائياً، ينطلق من تحديد الفروق بين الألفاظ المختلفة المستخدمة ضمن المفهوم العام للحديث؛ حيث يسمي البعض الحديث الصحفي "فن وتقنيات الحوار"، ويسميه آخرون "دبلوماسية الحوار"، أو "اتباع أسس الذوق واللياقة في الحديث"، وفريق ثالث "اللف والدوران"، فيما يسميه رابع "مضيعة الوقت"، كما أن هناك مصطلحات متقاربة، تخلق فيما بينها تشابكاً ملحوظاً، مثل: (الجدال، المراء، النقاش، المناظرة، الدعوة).

ومن الناحية المهنية العلمية تترادف أربعة مسميات رئيسية للتعبير عن هذا الفن، فالبعض يسميه "الحديث"، والبعض يطلق عليه "اللقاء"، والبعض الآخر يسميه "المقابلة الصحفية"، فيما يسميه آخرون "الحوار"، وصحيح أن المسميات الأربعة تقريباً بمعنى واحد.

غير أن كل فريق يفضل لفظاً على آخر، والغالبية ترجح مسمى "الحوار الصحفي" للتعبير عن هذا الفن الذي يعنونه، فمادة "اللقاء" تدور حول معاني الاستقبال والمصادقة والطرح والإبلاغ، وألقى: قذف وطرح بمودة: تلقون إليهم بالمودة ولاقاه، وصل بين الرجلين بعد القطيعة، أما مادة "المقابلة" تدور حول معاني: القدوم والإسراع والمجيء، وقباله: الكفالة والضمان، والعهدة وتقبل: الرضا والمثوبة، أما مادة "الحديث" فتعنى الابتداع والإيجاد، وحادثه: كلمه وتعاهده وأخبر وأشاع. والحادث: ما يجد وهو ضد القديم، والحادث: الأول والابتداء، وسن الشباب والصغير، والحدث: الكثير الحديث والحسن البيان، والأحدوثة: ما يتحدث فيه والحديث المضحك أو الخرافة، أما المادة "الحوار" فتدور حول معانٍ معينة. فحار: بمعنى رجعى، وحار: نقص بعد ما زاد، وتردد وتفكر بعمق، وحار الثوب: غسله وبيضه وهيأه، وحارت العين: اشتدت وضوحاً، أي اشتد البياض والسواد فيها، وحاوره: جاوبه وراجعه وبادله، والخلاصة: تعد المقابلة أو الحديث شكلاً من أشكال الحوار، سواء كان صحفياً أم إذاعياً أم تلفزيونياً أم إلكترونياً.

وعموماً تتعدد ألقاب "الحديث الصحفي"، فالبعض يستخدم مصطلح حديث والبعض يصطلح (مقابلة) لأن اللفظ المقتبس من الإنجليزية حمل معنى واحد يختصر تعريباً بكلمة "المقابلة" (Interviewing)، ولم

يحمل معنى الحديث (Speech)، لأن هذا المصطلح باللغة الإنجليزية يعني (الكلام)، وهذا يدل على فعل (القول والتحدث)، وليس فعل (الإجابة)، في حين يسميها العرب الأنواع الحوارية، والتي تضم الحديث والمقابلة واللقاء، وعليه يتحدد لكل منهم مفهومه، ومن المهم القول هنا أن الحديث كمصطلح يعد من أصل فرنسي، وهو يعني جلسة نقاش أو حوار مع شخصية مشهورة بهدف الحصول على معلومات معينة، مايلزم تمييز أكثر من طريقة للتفريق بين المصطلحات الحوارية، ابتداء من "الاستجواب" الذي كان يأخذ طابع الحوار الاتصالي، ولكن طبيعته جنائية وقضائية الاستخدام، وما يوحيه اللفظ من استنطاق بالقوة جعل المحاورين يميلون للهروب من استخدامه، في حين بات الأكثر استخداماً لفظ المقابلة والحديث واللقاء.

وبالتالي **__فالطريقة الأولى__** للتمييز بينها تميل إلى رؤية الحديث كنوع صحفي يعرض سير ونتائج الحوار الذي أداره الصحفي مع شخصيةٍ اختصاصية خبيرة، وتم فيه تبادل الآراء والأدلة، ما يجعله جزء من الاتصال الاجتماعي الذي يتبادل فيه الإنسان مع محيطه المعلومات والآراء والأفكار والخبرات عبر وسيلة التحاور بالحديث، بينما المقابلة بهذا الشكل فتوحي بأنها إحدى طرق الحصول على المعلومات حديث (أداةٍ)، كما أنها تعبر بفاعلية عن الطابع الوثائقي لآراء المتشاركين بالحديث، ما يجعلها عبارة عن إجراء حديث خاص بين طرفين وجهاً لوجه، فهي طريقة لجمع المعلومات ونوع صحفي قائم بذاته، جوهره تقديم المعلومات والحجج والبراهين والأدلة عن طريق ما تقدمه الشخصية الاعتبارية والمختصة والخبيرة والقديرة والبارزة، ما يجعل هذا التصنيف يميل لكون المقابلة أداةً تطرح أسئلة بقصد جمع المعلومات، ولهذا فاستخدامها مقترنٌ بإعطاء الحقائق والمعلومات قيمةً إخبارية ووزناً خاصاً، ولتحقيق ذلك يجري الصحفي المقابلة لأن لديها إمكانيةً حقيقية لتقدم شيئاً خاصاً حول الموضوع نظراً لما تتمتع به من مكانةٍ اجتماعية وخبرة وتخصص وتجارب شخصية في هذا المجال، إضافة لكونها أحياناً قد تكون شاهد عيان على حدث معين، وبالتالي فالقراءة المعمقة لمصطلحي "الحديث والمقابلة" وفق هذا الاتجاه تؤكد عدم وجود فروق جوهرية بين المصطلحين، واستخدامهما بمعنى واحد.

__الطريقة الثانية__: وهي الأكثر دقةً ناحية استخدامات اللغة العربية، ما يجعلها تميل على النقيض لاستخدام "اللقاء والحديث والمقابلة" بمعاني مختلفة ومتباينة، وباستخدامات مختلفة، وذلك وفق التالي:

1) **اللقاء:** حوار يجرى مع شخصية غير محددة، كلقاء شاهد العيان، ومنه جاء الاقتباس، وبالتالي ليس هناك أسئلة محددة ضمنه، بل تفرضه طبيعة الشخصية الملتقى بها (مصادفة)، بمعنى لقاء الشخص المتواجد في مسرح الحدث، ويخدم المادة، بهدف إغناء الأنواع الصحفية الأخرى كالخبر والتحقيق.
2) **المقابلة:** حوار يجرى مع شخصية محددة مسبقاً، ومحضر لها سلفاً، بأسئلة ومحاور مجهزة، لكنه يدور حول موضوع فرضه سبب المقابلة، بمعنى مقابلة صاحب معرض فني، أو شخصية مسؤولة للحديث حول إشكالية محددة، والحوار كله يدور حول المعرض، أو الإشكالية تحديداً.

3) **الحديث:** لا يخرج أيضاً عن كونه حوار يجرى مع شخصية محددة مسبقاً، ومحضر لها سلفاً، بأسئلة ومحاور مجهزة، لكن يمكن محاورتها ضمن محاور عدة، وضمن مواضيع متعددة، ولا تقتصر على محور واحد يرتبط بالحدث كالمقابلة، بل يمكن السؤال عن كل ما يريده الصحفي، سواء المتعلقة بحياته وأعماله والإشكالية والتصورات المستقبلية والحدث الحالي والأحداث الأخرى.

ثامناً: الحديث الصحفي والتليفزيوني وإفادته من تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أفاد الحديث الصحفي كغيره من الفنون الصحفية من تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات المتلاحقة بشكل واضح وكبير ومؤثر، سواء عبر الهاتف أو الفاكس أو أجهزة التسجيل الصوتي، أو البريد الإلكتروني أو الأقمار الصناعية، إلى جانب تدفق المعلومات، الذي يفرض أسماء لا تنتهي لأحاديث صحفية، إلى جانب ما وفرته قواعد البيانات من خلفية عن المتحدث، ما أمكن اختزال فترة إعداد الحديث إلى بضع متصفحات لكل ما يتعلق بالشخصية المضافة وحواراتها السابقة.

ولعل روح المنافسة بين القنوات المختلفة، والذي أخذ منحاه عبر اجتذاب الشخصيات، والحصول على السبق الصحفي عبر الوصول إلى متحدثين لم تسبقهم أو تستطع الوصول إليهم وسيلة أخرى، وهذا بدوره عظم أهمية الحديث الصحفي، ولعل دخول الصحافة الإلكترونية على نسق هذه المنافسة أيضاً زاد من قيمة هذا النوع الإعلامي، واستطاع التليفزيون بواسطة الأقمار الصناعية البقاء ضمن دائرة المنافسة تلك، سواء بالوصول أو السرعة أو نقل المتحدثين ومحاوريهم إلى كل بيت، وهذا بدوره فرض على الحديث الصحفي مواكبة التطورات والتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والإعلامية والتسويقية، وصولاً إلى التطورات التكنولوجية، ولعل تدفق شلال المتغيرات الحياتية التي تلف المحاوِر وضيفه دعا "سميرة الشيخاني" لتحديد سلسة حلقات تتضمن تطور الحديث الصحفي سواء على صعيد الأنواع أو المضامين أو طرائق التحرير وفق اتجاهات معاصرة حددتها وفق التالي:



1) **الاتجاهات الحديثة في أنواع الحديث الصحفي:**

- التطور من شكل الحديث المباشر (زيارة ودية للمضيف إلى الضيف) سواء كان المضيف المحاوِر أو المحاوَر، باتجاهات الأحاديث غير المباشرة باستخدام تكنولوجيا الاتصال.

- دخول الحديث الصحفي بفضل الأقمار الصناعية والحواسب الآلية عالم "النصوص المرئية" ما ولد الحديث المشاهد، والذي يعد التليفزيون الوالد الشرعي لهذه الأنواع من الأحاديث.



2) الاتجاهات الحديثة في مضامين الحديث الصحفي:

- اتساع نطاق التغطية الجغرافي للحديث، منتقلاً من خضمّ المقابلات المحلية إلى الإقليمية والدولية.
- أتيحت للصحفي فرصة التقصي والتحضير الأوسع والأسرع والأبرز عبر استخدام تقنيات جمع البيانات المعاصرة وعلى رأسها الإنترنت.
- اتساع المجالات التي يطرقها الحديث الصحفي وتعددها، ليخرج من عباءة الموضوعات المحددة، كالمجالات السياسية، ليطرق أبواب كل أنواع ومضامين ومجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية والعلمية والبيئية والسياحية والخدماتية والمهنية والحرفية والجمالية.
- الاتجاه إلى التخصص، وهو ميزة عمومية للنصف الثاني من القرن العشرين، ما ألزم الحديث مسايرة روح هذا العصر، ومواكبة إيقاعه، ومسايرته، فأصبح التخصص سمة المضمون وسمة الصحفي المحاوِر، وسمة الإحصاءات، وسمة النصيحة، والخبرة المقدّمة عبر الضيف المحاوَر.

3) الاتجاهات الحديثة في تحرير الحديث الصحفي:

حيث يتوقف اختيار قالب وأسلوب الصياغة بناء على عوامل عدة منها:

- تصنيفات الشخصيات المحاوَرة في الحديث الصحفي: حيث تتحدد طرائق التحرير وأساليبها وفقاً لأهمية الشخصية المتحاورة وموقعها، ودورها في الأحداث الجارية، وانتمائها لخط سياسي معين يتوافق مع السياسة التحريرية للوسيلة مقدّمة الحديث.
- حساسية موضوع الحديث الصحفي: حيث تتحدد طرائق التحرير وأساليبها وفقاً لطبيعة الموضوع المحاوَر حوله، فمثلاً الموضوعات السياسية والعسكرية تتطلب تحريراً أدق واستخدام قاموس كلماتٍ واضح ومباشر ودقيق لا يساء تأويله وفق الهدف المحقق للحديث.

- خبرة المحرّر في الحديث الصحفي: إن المهارة التحريرية والإعداد النفسي والمهني واللغوي وأسلوبية الصحفي تصل بالحديث لأمكنة لا تصلها أحاديث أخرى مع ذات الشخصية وفي الموضوع نفسه، فثمة قوالب متعددة لصياغة الحديث الصحفي يمكن للصحفي التنقل ضمن أوتارها الإبداعية أبرزها: (قالب الهرم المقلوب، وقالب الهرم المعتدل، وقالب الهرم المقلوب المتدرج، وقالب الهرم المعتدل المتدرج، والطريقة التقليدية في صياغة الحديث، وقالب التسلسل الزمني "الكرنولوجي"، وطريقة الحذف وإعادة الصياغة للحديث، وطريقة الاقتباس في صياغة الحديث، وطريقة المزج بين الاقتباس والتلخيص في صياغة الحديث، والقالب التقريري، وقالب القص السردي للحديث، وقالب الخريطة الإنسانية)، وأساليب ما بعد الحداثة، وأساليب الفصل لمدارس خاصة في تحرير كل جزء من أنواع الحديث كالعنوان وطرقه، والمقدمة وطرقها، والمتن ومدارسه، والخاتمة وطرائقها، ولم تعرض هذه الدراسة تفصيلاً لذلك لأن معظمها ولد في عالم الصحافة المقروءة وليس في عالم الصحافة التليفزيونية التي تسعى الدراسة في فصولها التخصصية للخوض في غمارها.

تاسعاً: خصائص الحديث الصحفي والمعالم الأساسية التي تميزه



من أهم المعالم الأساسية التي تميز هذا النوع الغالب والأعم على غيره من الأنواع الصحفية:

1. يجري وجهاً لوجه بين المحرر والمتحدث، أو بشكل مباشر بين السائل والمجيب، وبحضورهما معاً في مواجهة بعضهما.
2. يكون حياً نابضاً بالحركة، عامراً بألوان التساؤل والمناقشة.
3. يعكس الأهمية القصوى لمراحل الإعداد المختلفة، وعلى وجه الخصوص مراحل دراسة موضوع الحديث، وشخصية المتحدث، أو الشخصيات المحدّثة، وإعداد الترتيبات اللازمة لإجراء الحديث.
4. إن طبيعة الحديث المباشر والجلوس وجهاً لوجه يمكن أن تسمح بالحوار المتصل والمتشعب وطرح الأسئلة المتنوعة، وما يتصل بمحاصرة المتحدث، واستخدام الأسئلة الاختبارية والاستدراجية والتي توفر جواً للمناقشة.
5. إنه بالثراء الذي يتحقق له من المعلومات والمادة الإخبارية ومواد تتجاوز الوقت المحدد لها.

6. إنه بالثراء الذي يتحقق له من المعلومات ومواد الرأي والصور التي تصاحبها.
7. يرى البعض أن "الحديث" ليس إلا هدفا أو غرضاً من أغراض المحادثة (conversation) ومن ثم فإن المقابلة النموذجية تشتمل على العديد من خصائص المحادثة مثل: الانسيابية أو التدفق الحر (free owing) وتبادل الرأي أو الحوار والحديث الطبيعي والتلقائية أو العفوية.
8. هناك من يرى أن الشخص الذي يجرى "الحديث" لا يكون شخصية مستقلة لأنه في تلك الحالة لا يمثل ذاته أو يعبر عن نفسه، وهو يمثل ويجسد ويعبر عن فضوله وحبه للاستطلاع، كذلك عن سلوكه الذي يتسم بالاتزان والألفة، فهو ليس أكثر من وسيلة لتزويد جمهوره بالمعلومات، ويضيف هؤلاء أن المقابلة التي لا تزيد عن أنها مجرد محادثة، إنما هي مقابلة رديئة وليست إلا تبديداً للوقت، ويكفي أن مقابلة "الحديث" تخضع للتحكم والسيطرة والإعداد والترتيب وهذا ما لا تخضع له المحادثة.

من جانبها تنطلق جمانة حداد من تحديد خصائص الحديث وتقنياته من خلال التالي:

1. كل سؤالٍ بداية لعاصفة.. كل نقطة استفهام سهم.. سهمٌ مسنن وشجاع يوجه إلى رأس (الآخر).. سهمٌ ينبغي أن يعود إلى السائل مسطراً بخيانات البوح، وكم جميل أن يفاجئك المحاور بجوابه، والأجمل لكما أنتا الاثنان معاً (السائل والمجيب) وأيضاً القارئ، أن يفاجئ الكاتب نفسه بجوابه.
2. الحوار في ذلك "خلقٌ" وسفر أولاً.. زيارةٌ تقوم بها إلى عقل الآخر وروحه وحياته ومزاجه، وربما مكبوتاته ولاوعيه.. تجوال في أمكنة وترحال داخل أشخاص (وشخصيات).. بازل ملون.. مؤلف من مدن ومواهب وطبائع متباينة، تجمع "نيويورك بلندن".. الشاعر بالروائي بالمفكر.. الانطوائي بالاستعراضي بالبين بين.. والمبدأ نقيضه، أو بجسر الوصول إليه، هكذا يقدم لك كل من تحاورهم هدايا نادرة..
3. الحوار من ثم "كدٌ وغريزة".. كدّ البحث والنبش قبل إجرائه، وغريزة طرح الأسئلة المناسبة خلاله، ويستنكر من يزعم أن شرط الحوار الناجح عدم التحضير حماية (للعفوية)، فالتحضير القاعدة اللازمة لكل حوار عميق شامل وحقيقي، وهنا لا يقصد بمعنى التحضير "إعداد الأسئلة سلفاً"، فذلك أسوأ أنواعه وأضعفها، وهو يحول دون تدفق الحوار طبيعياً وتلقائياً، ودون أن يتوالد وينضح ويتكاثر بذاته، بل يعني التحضير "المعرفة الجيدة" لأعمال المحاوَر وحياته، ما يتوجب قراءة أسئلة المحاوَر ثم التنقيب فيه، وتوثيقها، وشربها حتى يسكنك، بل حتى تصبح "ممسوساً" به، ومن المفيد تحديد مناطق الحوار كبؤر من الجمر ينبغي لفراشات أسئلتك أن تحوم حولها، دون أن تقع في حرفيتها وتحترق، ومن المهم طرح أسئلة تكون ذات دور دينامي متنوع، تحتكم إلى البحث المعرفي الذي يتعدى الظرف الموضوعي العابر، لتكون نوعاً من المكاشفة التأليفية، تفترض الإمساك بخيوط نقدية متينة متداخلة متلاقية متشعبة واضحة، وأحياناً غير مرئية على السطح،

تبدأ من الجزئي لتصل إلى الكلي أو العكس، وتأخذ على نفسها في كل الأحوال لتكون تنقيباً في أعماق المؤلفات ودلالاتها واحتمالاتها، وتشريعاً لآفاق جديدة فيها.

4. والحوار في ذلك إضافة.. والحوار طقسٌ أيضاً.. أو بالأحرى سلسلة طقوس وتكتيكات مشروع استراتيجي مكتمل يبدأ مع بدء (المطاردة)، فالنعم، فالاستعداد، مروراً بلحظة التماس الأولى، لحظة "المواجهة"، فالمصالحة والتقاء العين بالعين، وصولاً للانسحاب، ومرحلة التدوين والنشر أو البث، لكن السائل لا يكون وحيداً في أي محطة من محطات هذه الخطة، فهو دائماً "اثنان: أنت، وهو"، عقلاً بعقل وخيالاً بخيال، وتواطؤً بتواطؤ، واستفزازاً باستسلام، وزرع الثقة ضروري ليسري تيار الكهرباء بينهما عند اللقاء، ومثله موهبة التعاطي مع كل شخصية من زاوية مختلفة تتلاءم مع بروفايلها، وهنا على المحرر أن يتذكر بدقة ردود فعل كل مستجوَب وأسلوب مواجهته الخاص، وصوته ونبرته المميزة، وابتسامته اللطيفة أو المتحفظة، وملمس راحته عند السلام، وطريقة تحريكه الوجه واليدين والعينين، خلال الحديث، وحذره في البدء، الحذر الذي يعقبه في كل مرة استسلام رائع، والأهم من ذلك كله ذلك الجمر اللاهب الذي ينير عيون "لصوص النار" أولئك كما وصفهم "رامبو" الشعراء مرة في رسالة إلى صديقه "بول دومونيه".
5. الحوار إصغاء وتعلمٌ خصوصاً دروس يجنى منها غنائم مهمة وأخرى أقل أهمية، هكذا جرّاء التسلل إلى رؤوس الشخصيات وحيواتهم، ودخول الصحفي منازلهم أو مكاتبهم، بما يتاح له من معرفة تفاصيل جوهرية وحميمة عنهم، يروي الصحفي بعضها، ويحتفظ في ذاكرته بما لا يروى.. مصدر لذة وتواطؤ.
6. الحوار صنعةٌ أخيراً، فعندما يجلس الصحفي ليكتب قصة الحوار.. فكل حوار مغامرة ورحلة وحكاية..
7. مرحلة التحرير هي رحلة دخول المطبخ.. وهذه لا تقل أهمية عن المراحل السابقة، المسألة قضية اختيار حقلٍ مغناطيسي مختلف، والمضي في اتجاهه لا أكثر ولا أقل..

عاشراً: العوامل التي تساعد على إدراك وتذكر محتوى الحديث الصحفي

1- عوامل المصدر:



وتتمثل في اختيار الشخصية، ومصداقيتها، فالإدراك يكون أسهل لدى الجمهور عندما يدرك صورة ذهنية محددة عن المتحدث، والتي تترك تأثيرات إيجابية أو سلبية، ويزداد اقتناع المتلقي بالحديث كلما كان المتحدث متخصصاً في الموضع أو أحد الشخصيات البارزة في المجتمع، وهذا يعتمد على الهدف

من المقابلة ونوع الموضوع الذي يعالجه الصحفي، فمثلاً المقابلة التي تهدف الحصول على المعلومات تتطلب شخصية لديها معلومات جديدة وموثقة عن الموضوع.

2- عوامل المحتوى، وتتمثل في:

أ) اختيار موضوع المقابلة، الذي يجب أن يعتنى باختياره ويرتبط بقضايا أو مشاكل تهم الرأي العام، أو تمس مصالح أكبر عدد ممكن من الجمهور، ومن عوامل جذب الجمهور للحديث اختيار زوايا لم تسبق معالجتها من قبل، ما يجعل الحديث يشكل إضافة للجمهور، كما أن الحصول على موضوع جيد يفرض استعداد الصحفي الجيد وتقصيه عن الشخصية المحاوَرة، وجمعه المعلومات عن الشخصية وموضوع الحديث، وهنا يجب عليه أن يسأل نفسه سؤالين: ما الأسئلة التي تلح على بال الجمهور وذهنه ويريد أن يسألها إذا أتيحت له فرصة لقائها، وكيف يمكن خلق الرغبة لدى الجمهور في المعرفة، عبر اختيار الأسئلة الأكثر أهمية، فالمقابلة الجذابة هي التي تبحث عن ردود الأفعال والتفسيرات وليست التي تهتم بجمع الحقائق فقط.

ب) نوع الحديث، وعادةً ما يستهوي المتلقي كثر أحاديث الشخصية التي تعد عبارة عن دراما مصغرة ومزيجاً من الوصف عبر الكلمات والأحداث التي تدلي بها الشخصية، وحتى يجذب هذا الحديث الذي يدعى أحياناً (البروفايل) ما يلي:

- خلفية الشخصية (النشأة الطفولة التعليم الوظيفة).
- النوادر في حياة الشخصية.
- استخدام الأخبار في تدعيم الحديث.
- اقتباسات مناسبة تدعم الجوانب الشخصية.
- التعليقات التي يعرفها الصحفي عن المتحدث.

ج) شكل الحديث؛ حيث ينجذب الجمهور أكثر نحو نوع حديث (المواجهة) الذي هو نوع من الرأي والرأي الآخر، والذي يتضمن الرأي والإجابات لشخصيتين مختلفتين في الفكر أو الاتجاه أو الآراء، وخاصة المسائل الحساسة والقضايا الشائكة، إذ يحب الجمهور معرفة صدق حجة كل منهما، قوة براهينه وأدلته في مواجهة الآخر.

د) شكل الكتابة القائمة على استخدام طريقة السؤال والجواب من قبل الصحفي، حال كان يخشى إساءة الفهم أو التفسير لبعض التصريحات التي يقولها المحاوَرون، مقارنة إذا قالها بأسلوبه الخاص، وهذا ينطبق أكثر على الأحاديث التي تجرى مع شخصيات يعلم مقامها وتزداد حساسية أقوالها.

3- عوامل الجمهور:



والذي يرجع إقباله على الأحاديث الصحفية عموماً والشخصية خصوصاً لطبيعة النفس البشرية، وحبها الاطلاع على أحوال الآخرين، والأحاديث تشبع هذه الغريزة، فحب الاستطلاع يدفع الناس للرغبة بمعرفة آراء الشخصيات البارزة في المجتمع حول عموم القضايا، باعتبار بعض الشخصيات تعد نموذجاً وقدوة ومثالاً للجمهور يحتذى بهم، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن اختلاف الجمهور في تفضيله للشخصيات تدور تبعاً لاختلاف خصائص أفراده الديموجرافية، واهتماماتهم المتنوعة، وحاجاتهم المختلفة، فالشباب مثلاً ينجذبون للشخصيات الرياضية والفنية أكثر، بينما ينجذب المثقفون والصفوة للشخصيات الأدبية والعلمية والسياسية.

4- عوامل السياق والتقديم: وتتمثل في:

أ- عناوين الحديث: كونه يجذب إليه ويوضح طبيعته ويركز على الفكرة الرئيسية فيه ويلخصه لجمهوره، ومن خلال العنوان يحدد المتلقي مدى رغبته من عدمها بالاطلاع على الحديث، ولعل من أشهر أنواع العناوين:

- عنوان الجملة المقتبسة، وخاصة الكلام المقتبس الرابح الذي يجذب الانتباه كالاعتراف أو نفي اتهام أو المهاجمة، ولعل أكثر العناصر المساعدة على استرجاع الجمهور للمعلومات من عنوان الحديث الصحفي هي: (الاقتباس، نصوص القصة، الفهارس، الصور)، وتشير الدراسات إلى أن الاقتباس يعطي بوصلة للجمهور ويجعل الموضوع أسهل في التذكر.
- العنوان المباشر أو العنوان الخطابي: وهو العنوان الذي يخاطب المتلقي مباشرة، ويسمى بعنوان الجملة التوجيهية المباشرة، وهذا النوع يقوم على أساس التوجيه المباشر وشرح أسلوب العمل الذي ينبغي اتخاذه، والطريق الذي ينبغي أن يسير فيه المتلقي.

▪ العنوان الوصفي: وهو الذي يميل إلى التبسيط ويكون الهدف منه تصوير أو وصف حالة أو فكرة أو التعبير عن موقف معين بحيث يأتي على لسان المتحدث.

ب-المقدمة: وهي العنصر الثاني بعد العنوان والذي يسهل للمتلقي فهم الحديث وقراءته، فالمقدمة قد تكتب عن الموضوع للتعريف به، وتلخص مضمون الحديث وتركز على النقاط الأساسية فيه، أو تعرض أسئلته، أو تحرر عن المتحدث وتعرف المتلقي به، وتعرف لماذا تستحق عباراته الاقتباس، أو تقدم لمناسبة المقابلة، ولماذا تمت هذه المقابلة مع شخصيةٍ دون غيرها.

حادي عشر: خصائص الحديث التليفزيوني وسماته العامة

تتميز الأحاديث الإخبارية التليفزيونية عن الأحاديث الصحفية بأنها:

1. قصيرة وذات إيقاع سريع.
2. ذات بنية هرم مقلوب، بمعنى أن الصحفي يتوجه مباشرة إلى هدفه، وربما مبتدئاً بالسؤال المركزي والهام.
3. غالباً ما تقدم هذه الأحاديث ضمن مواد وبرامج أخرى (إخبارية أو وثائقية أو تحقيقات ضخمة)، وقلما تقدم لوحدها كمادة مستقلة.
4. تتم هذه الأحاديث، وخاصة القصيرة منها على مرحلتين: الأولى تسبق الكاميرا والتصوير، ويحاول فيها الصحفي تقديم المادة الكلامية التي تعطي رؤية خاصة للموضوع. أما المرحلة الثانية، والتي تجري أمام الكاميرا، وغالباً ما تكون الكاميرا محمولة. وفي هذه اللحظة يطرح الصحفي سؤاله بهدف الحصول على المادة الكلامية المناسبة.
5. يمكن أن تتضمن هذه الأحاديث مقاطع فلمية مصورة. الشاشة تقدم صوراً، يتم التعليق عليها (Voice-Over)، وخاصة عندما يريد الصحفي تقديم أمثلة، أو توضيح أمكنة، أو شرح أوضاع معينة.

وبدوره حدد تليفزيون الإذاعة البريطانية مفهومه للحديث التليفزيوني، وقواعد إضافية لخصائصه على الشكل التالي:

1) قواعد عامة:

- الأحاديث التليفزيونية أداةٌ صحفية أساسية في إنتاج البرنامج التليفزيوني.
- حينما يسأل المحاوَرون أو يختبرون حول مسائل خلافية فمن المهم بالنسبة للمحاوِرين أن يفكروا بالقضايا المتعلقة بسياسات التحرير وبناء الحديث بما يتناسب معها.
- الأحاديث يجب أن تكون مهذبة ولطيفة.
- يجب توفير فرصةٍ عادلة للمحاوَرين لتقديم إجاباتهم الكاملة عن الأسئلة.

2) هدف الأحاديث التليفزيونية:

- يجب أن يكون للحديث هدفاً واضحاً، وأن يكون هذا الهدف مناسباً لشخصية معينة ومناسباً لتوقيت إجراء الحديث.
- يجب أن تتميز الأحاديث باطلاعها، وهذا يستدعي استعداداً دقيقاً من جانب فريق الإنتاج وليس فقط من قبل الصحفي.
- يجب أن يضيف الحديث معلومات جديدة عن الوضع الراهن، ويجب عدم تشجيع المحاورين على إعادة المواقف المعروفة جيداً، فالبحث دائماً عن معلومات جديدة.
- ليست جميع الأحاديث ذات طبيعة نزالية (طابع التحدي)، فبعضها صمم ليخبر أو ليوضح الأساليب الفنية المناسبة لتحقيق هذا الهدف.

3) التناول المتساوي:

أيُّ شخص يعبر عن وجهات نظرٍ مشاكسة أو مثيرة للخلافات أثناء الحديث، وهذا يجب أن يختبر بشكل صارم، فالأشخاص الموجودون في السلطة، أو أولئك الساعين إلى السلطة يجب التعامل معهم بلهجة متينة ومتماسكة؛ حيث يصبح الحديث التليفزيوني متهماً فإن الإحساس يجب أن يصدر عن المحاوَر وليس عن المحاوِر، وبالتالي يجب منع التحيز، سواء من خلال نبرة الصوت أو درجته أو عدم الاهتمام بالصياغة، ما يفرض معالجة نزيهة للقضايا الخلافية، وعدم الافتراض أو الارتباط بموقف معين.

4) التعامل العادل مع المحاوَرين:

من المهم فهم المحاوَرين لماذا دُعوا لإجراء مقابلة تليفزيونية معهم وما الموضوعات التي سيسألون عنها، وما السياق العام للبرنامج، وما دورهم بالبرنامج، وغالباً من غير اللائق إعطاء تصور مسبق عن الأسئلة أو أي تصور عنها، وعلى المعد التفكير إذا اشترط الضيف الحصول على الأسئلة، أو الاعتذار هل سيتخلى عن حديثه، وإذا وافق على شروطٍ شخصية يجب الإعلان على الهواء الشروط التي بموجبها سيجرى الحديث، فقد يتقدم الضيوف أحياناً بطلبات غير معقولة، وقد يحاولون تغيير الشروط التي اقترح

إجراء الحديث بموجبها، لتغيير الخط العام للحوار، وقد يناورون لتغيير ظروف الحديث، كتأخير انطلاق الحديث في وقته لتقليل وقت الأسئلة، وهنا يجب أن يكون المعدون والمحررون مصرون على شروطهم، أو سحب دعوة الحوار مع الالتزام بشروط الإدارة في العدالة والاستقامة.

5) اللهجة والتكتيكات:

يجب أن تكون الأحاديث ثاقبة ودقيقة، لكن مهذبة ولطيفة وقد تكون (نزالية) لكن ليست عدوانية ومتغطرسة ومستفزة، ومهما كان نوع الاستفزاز في المقابلات المعدة جيداً يجب أن يشعر المشاهدون، والمستمعون أن المحاوِر يعمل نيابة عنهم، فعند إجراء حوار مع أشخاص عاديين يجب أن يكون تناوب اللهجة مناسباً، فقد لا تكون لديهم خبرة في الإذاعة، ويجب التأكد أن لا ينظر إليهم بنوع من التعالي، كما يجب الانتباه لعدم تخويفهم من خلال استجواب فظ وجاف.

6) العدالة مع المحاوَر ومواجهة المراوغة:

يجب أن توفر للمحاوَرين فرصة عادلة لتقديم إجاباتهم بشكل كامل عن الأسئلة، وعليهم أن يعرفوا كيف يتعاملون مع المحاوَرين الماهرين في العرقلة، وفي استخدام الحديث كمنبر وتجنب الهدف الحقيقي للحديث، قد تكون المقاطعة مبررة، لكن يجب أن تتم في الوقت المناسب، كما يجب عدم الإكثار منها، إذا أنه من المحتمل أن لا تسبب المقاطعة إزعاجاً للجمهور إذا جاءت طبيعية أو بعد أن يكون المحاوَر قد عبر عن وجهة نظره بشكل كامل، أو بعد أن بات واضحاً أنه عجز عن ذلك، إضافة إلى وجوب فضح المراوغة، وكشفها، وذلك بهدوء وتهذيب، وإذا كان ضرورياً عن طريق إعادة السؤال والتوضيح للمحاوَر وللجمهور.

7) محاورة المراسلين:

من الصحيح بشكل كامل الاتصال بالمراسلين ليعبروا عن أحكامهم وتقييماتهم المبنية على أساس معرفتهم بالموضوع، لكن من غير المناسب بشكل كامل سؤالهم عن أمور ليس باستطاعتهم أن يكونوا متأكدين منها، أو عن أشياء يخمنونها فقط، وعلى المنتجين معرفة إذا كان باستطاعة المراسل تطوير القصة أو توضيحها.

8) تحرير حديث مسجل:

يسجل الحديث من أجل تحريره، ومن العدالة أن يعلم المحاوَرون، وأن يدركوا ذلك، والمحاوَر الذي سئل سؤالاً تفصيلياً يجب أن يعطى فرصة لاستكمال كل عناصر حديثه الرئيسية عند المونتاج، والابتعاد الكافي لضمان انعكاس هذه النقاط الجوهرية لجواب المحاوَر، وتقديمها بشكل كامل في البرنامج المحرر والمعد، وعموماً تبقى مسألة اختيار الإجابات الضعيفة وتفضيلها على الإجابات القوية والفعالة مسألة غير نزيهة، وغير عادلة، والخلاصة أن أي شخص عاقل يسمع الحديث قبل وبعد تحريره أن يقتنع بأن طريقة التحرير أجريت بشكل عادل، كما يجب التحذير على مقاربة حديث "حي ومباشر" بينما في الواقع

يجرى تسجيله، فالظروف قد تتغير قبل الحديث ما يجعل من غير المناسب للحديث المسجل أن يذاع بشكل كامل، وإذا تم الاتفاق حوله يجب أن يكون واضحاً للطرفين ما تم الاتفاق حوله، والحد الذي يكون فيه التحرير مناسباً قبل البث، والأحاديث المسجلة يجب أن تكون مركزة، وعندما يكون ممكناً، أن يكون طولها مناسباً لحجم المادة التي يجب تضمينها في البرنامج بشكله النهائي، فاستخدام مقتطفات مختصرة من أحاديث طويلة وغير مركزة يمكن أن يسبب شعوراً سيئاً ومبرراً.

الخلاصة

يعد الحديث الصحفي ركناً أساسياً من أركان الصحافة الحديثة، كما تعد القدرة على الحديث مع الناس وإقناعهم بالإدلاء عن المعلومات والآراء التي بحوزتهم من أهم المهارات التي يجب أن يتسلح بها الصحفي، وإذا كانت المعلومات هي العمود الفقري للصحافة فإن الحديث مع الناس سواء كان وجهاً لوجه، أو من خلال التليفزيون، أو البريد الإلكتروني، هو الطريقة التي يحصل بها الصحفيون على معظم هذه المعلومات.

حيث قدمت هذه الوحدة مفهوم الحديث الصحفي وأهم تعريفاته، من خلال منظور الحوار كإطار جامع لهذا النوع الصحفي، مبينة إن أكثر المعلومات جدة تأتي دائماً من أفواه الناس، ما يجعل الحديث الصحفي فناً قائماً بحد ذاته ومدعماً للفنون الصحفية الأخرى، مع التركيز على مفهوم الحديث التليفزيوني على وجه الخصوص، كأحد أشكال التعبير التليفزيونية الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوهر الأحداث والظواهر والتطورات من شخصيات متميزة، كما بينت الوحدة تاريخ الحديث الصحفي والتليفزيوني ومراحل تطوره كنوع حديث نسبياً، ارتبط بشكل كبير بحركة الأنواع الصحفية الأخرى، مع تبيان أبرز المصطلحات المستخدمة في الحديث، اصطلاحياً وإجرائياً، ما يساعده في التمييز بينها ومعرفة الفروق بين الحديث والمقابلة واللقاء والاستجواب، وعليه كشفت الوحدة عن الاتجاهات المعاصرة المستمدة من مدى إفادة الحديث التليفزيوني من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، قبل التطرق لخصائص الحديث الصحفي والتليفزيوني والمعالم الأساسية التي تميزهما، كنوع **تفاعلي ذي** إيقاع سريع، مع تقديم هذه الخصائص وفق أكثر من منظور أهمها مدخل خصائص هيئة الإذاعة البريطانية، التي ترى الأحاديث التليفزيونية أداة صحفية أساسية في إنتاج البرنامج التليفزيوني.

المراجع

1. سميرة شيخاني، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1999.
2. إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الأول، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1976.
3. إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الثاني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1976.
4. أديب خضور، الحديث التليفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة، 2009.
5. ستيفكا بوبوفا، الأنواع الصحفية، من **كتاب أديب خضور:** الحديث التليفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة 2009.
6. عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008.
7. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، دار المأمون للطباعة والنشر، 1981، ص 14-15.
8. أسامة عبد الرحمن، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية، القاهرة، 2002.
9. الكسندر بوريتسكي، الصحافة التليفزيونية، ترجمة أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 1990م.
10. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر، 1998.
11. حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الإعلامي، القاهرة، دار فكر وفن، 2010.
12. أمير تاج الدين، الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2009.
13. لينين واكس مان، تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
14. محمد مرعي، الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009.
15. محمود سليمان علم الدين، الفن الصحفي في المجلة العامة، ص 188.
16. أحمد ذكريا أحمد محمد، تحرير المجلات النسائية العامة في مصر وأثره في أدائها الصحفي خلال عامي 1996-1997، دراسة مسحية لمجلتي حواء، ونصف الدنيا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001.
17. أسامة عبد الرحيم علي، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2002.

18. سيد أحمد الناغي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1988.
19. شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
20. هاني محمد علي، العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في المجلات الأسبوعية الإخبارية في الولايات المتحدة الأمريكية والمصرية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 1997.
21. كارل واين، تعريب عبد الحميد سرايا، كيف تصبح صحفياً، القاهرة، دار الثقافة، د.ت.
22. محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها – تحريرها – نشرها، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984.
23. جمانة حداد، صحبة لصوص النار، حوارات مع كتاب عالميين، بيروت، دار النهار، 2006.
24. فوزية فهيم، التليفزيون فن، القاهرة، دار المعارف، 1981.
25. كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، جدة، دار الشروق، 1987.
26. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1982.
27. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.
28. رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، القاهرة، مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005.
29. عبد اللطيف حمزة، مدخل إلى فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت.
30. إجلال خليفة، علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العلمية في وسائل الاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.
31. عيسى محمود الحسن، "المقابلة والتحقيق الصحفي"، عمان، دار زهران، 2013.

32. Gerham P. Besly, Magazine Article Writing, Substance and Style, New york: Hlte, 1980, P. 48
33. Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.
34. John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

السؤال الأول:

من يرى أن الحديث الصحفي الزيارة الودية التي يقوم بها المحرر الصحفي للشخصية:

A. إجلال خليفة.
B. محمود أدهم.
C. فاروق أبو زيد.
D. أديب خضور.

الإجابة الصحيحة: a إجلال خليفة

السؤال الثاني:

يبنى مفهوم الحديث التليفزيوني على أنه:

A. الحوار المصور بين الضيف والمضيف.
B. الحوار الذي يجرى أمام الكاميرات.
C. الحوار الذي يستخدم اللغة اللفظية والمرئية.
D. الحوار الذي يستخدم التليفزيون كوسيلة للعرض.

الإجابة الصحيحة:c الحوار الذي يستخدم اللغة اللفظية والمرئية

السؤال الثالث:

العنوان العريض الذي تدور تحت عباءته كل المقابلات الإنسانية:

A. لا تجعل الناجي يشعر بالإهانة والذل والاحتقار واللوم لمعاناته.
B. لا تجعل المعذب يشعر بالندم على المقابلة لأنه قابل من لا يتعاطف.
C. لا تجعل الضحية تستعيد الألم نفسه الذي عانته خلال مقابلتك.
D. لا تجعل الضحية يظهر ضعيفاً بل اظهره قوياً واظهر إنسانيته.

الإجابة الصحيحة:c لا تجعل الضحية تستعيد الألم نفسه الذي عانته خلال مقابلتك

السؤال الرابع:

يعد الحديث التليفزيوني مقارنة بالحديث الصحفي:

A. أطول وأكثر هدوء أمام الكاميرا.

B. أقصر وذو إيقاع أسرع.

C. لا يختلف بالطول لكن الفرق بالإيقاع السريع.

D. لا يختلف بالطول والإيقاع لكن باللغة البصرية التي يستخدمها.

الإجابة الصحيحة:b أقصر وذو إيقاع أسرع

الوحدة التعليمية الثالثة
أنواع الحديث الصحفي والتليفزيوني وأشكالهم المختلفة

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح أشكال الحديث الصحفي بشكلها العام وأنواعها المختلفة
2. يشرح أنواع الحديث التليفزيوني وأشكاله المختلفة

الكلمات المفتاحية للوحدة

أشكال الحديث الصحفي – تصنيف رسمية الشخصية المقابلة – المقابلات الرسمية – المقابلات غير الرسمية تصنيف الأحاديث استناداً لوسيلة المقابلة – المدرسة الأنجلوسكسونية– التصنيف التقليدي – حديث المعلومة – حديث الرأي – حديث الشخصية – الندوات والمناقشات – الحوار الاستعراضي – برامج الفوكس بوب – حوارات التقارير – برامج الندوات – برامج المناقشات – الدائرة المستديرة – المناظرة التليفزيونية – حوار داخل الاستديو – حوارات خارج الاستديو.

أولاً: أنواع الحديث الصحفي بشكلها العام وأشكاله المختلفة:



يمكن تحديد مفهوم الحديث الصحفي من خلال تحديد أهدافه وأنواعه المختلفة، فهناك الأحاديث الأشهر التي تنبثق عنها العديد من الأنواع والأشكال، وهي حديث المعلومات أو الأخبار (الحديث الخبري)، وحديث الرأي الذي يستعرض وجهة نظر شخصية ما، كما يوجد حديث التسلية والإمتاع الذي يستهدف البحث عن حياة الشخص الذي يجري معه الحديث، كالأحاديث التي تجرى مع كبار نجوم الفن والمجتمع.

وبالتالي يمكن تقديم التصنيف الأولي لأنواع الحديث الصحفي بشكل عام وفق التالي:

1-تصنيف الأحاديث استناداً إلى عدد من الأسس:

- **أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لمضمونها وأهدفها:**

- **الحديث الخبري:** يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على معلومات وأخبار وبيانات جديدة عن وقائع أو أحداث أو سياسات أو برامج أو قوانين جديدة، فلا يهتم بالشخصية قدر اهتمامه بالمعلومات التي تقدمها الشخصية، منتقلاً من (ماذا) حدث؟ كما يفعل الخبر مضيفاً (لماذا) حدث؟ كما تفعل الصحافة التفسيرية.
- **حديث الرأي:** يستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا محددة، وفي هذا الحديث ينصرف الاهتمام إلى آراء الشخص المحاوَر أكثر من الاهتمام بشخصه.
- **حديث الشخصية ويدعى بحديث التسلية والإمتاع:** يستهدف بالدرجة الأولى حياة الشخص المحاوَر، مثل نشأته وتاريخ حياته وأبرز الجوانب في شخصيته، وكيف يفكر، وكيف يمارس حياته وأحب الأشياء إلى قلبه وأحلامه وطموحاته، وينصرف الاهتمام هنا إلى شخصية المتحدّث أكثر من الاهتمام بآرائه وأخباره.
- **الحديث الجاد:** ويطلق عليه حديث التوعية والتثقيف أو التوجيه، وهو يستهدف معاً الأخبار، والآراء في بوتقة واحدة، دون التعرض لجانب شخصية المتحدث.

- **أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لموضوعها الرئيسي:** تغطي الأحاديث كل مجالات الحياة، ويمكن أن يشمل الحديث الواحد أكثر من موضوع، كأن يعالج قضية سياسية لها انعكاسات اجتماعية واقتصادية، وثمة نوعين للحديث وفقاً لموضوعهما الرئيسي هما:
  - **الأحاديث بالمواضيع العامة:** يدور حول حديث أو قضايا عامة.
  - **الأحاديث المتخصصة:** يدور حول مجال يغلب عليه التخصص.



- **أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لعدد المتحدثين:**



–**الحديث الفردي:** يجرى مع شخص واحد.

–**حديث المواجهة (الشخصين):** يجرى مع شخصين يفضل أن يكونا مُتبايني الاتجاهات والآراء والانتماءات، ومُتعارِضي الفكر والرأي.

–**حديث الجماعة:** ويدور مع أكثر من شخصين، ويندرج تحت جناحه أحاديث (الاجتماعات العامة، والندوات، والمؤتمرات، والمحاضرات...).



- **أنواع الأحاديث الصحفية وفقاً لطريقة إجرائها:**
  - **الحديث المباشر:** "**Face to Face Interview**":



وهو الذي عادة يكون وجهاً لوجه، ما يجعل المضيف يحرص على لقاء الضيف بتفاعلية، والأكثر صراحة، مع توفير إمكانية قراءة ردود الأفعال ولغة الجسد غير اللفظية للمتحدث، ما يسمح للصحفي حسب "سكانيلان" بالبحث عن المعنى خلف إجابات المتحدث، وفي الحركات غير اللفظية التي تقول ما لا يقوله اللسان، وفي حال كان الحديث غير

مباشرٍ بين طرفين، فيفضل تصنيفه حسب الوسيلة التي يجرى من خلالها (تليفوني – الأقمار الصناعية– البريد والرسائل الإلكترونية...).

- **حديث المؤتمر الصحفي:**

ظهور المؤتمر الصحفي وبداياته:

ظهر كشكل تفاعلي بداية القرن التاسع عشر، وتحديداً في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما وافق الرئيس "فرانكلين روزفلت" للصحفيين على توجيه أسئلة مكتوبة إليه، على أن يجيب ويرد عنها بطريقة غير مباشرة، ثم تطور عندما عقد الرئيس "ترومان" مؤتمراً مع الصحفيين وجهاً لوجه، في قاعة بالبيت الأبيض، رد فيها على أسئلتهم واستفساراتهم وتعليقاتهم، كما سمح بعد ذلك الرئيس "إيزنهاور" بمشاركة مندوبي المحطات الإذاعية في المؤتمر الصحفي لتقديم تغطية مسجلة لوقائعه، أما أول من وفّر للمحطات التليفزيونية تغطية ونقل وقائع المؤتمرات الصحفية على الهواء مباشرة فكان في عهد الرئيس "جون كيندي"، وفي هذه الفترات كانت الشكاوي المتعددة من قبل الصحفيين تقوم على أساس قلة هذه المؤتمرات التي يسمح القادة بعقدها، والدعوة إليها ضمن ولاءات محددة، ولعل أكثر القادة تلقياً للشكاوي لقلة المؤتمرات في عهده "الرئيس رونالد ريجان".

تعريف المؤتمر الصحفي ومفهومه:

المؤتمر أقرب إلى اجتماع يقوم فيه المسؤولون بإصدار بيانات والتعليق على الأحاديث أمام الصحفيين والإجابة عن أسئلتهم، ويعرف "فاروق أبو زيد" المؤتمر بأنه حديث تدلي به شخصية هامة في حضور أكثر من صحفي، لشرح سياسة معينة، أو مناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي، أو الإدلاء بأخبار تمس حدثاً هاماً، وتعرف "كارول رينتش" المؤتمر بأنه يشبه الأحاديث، عدا أن الأسئلة التي يثيرها المراسلون بعد المؤتمر تكون غالباً أكثر أهمية من البيانات والأقوال التي يصرح بها المتحدثون بداية المؤتمر، وبالتالي فإن هذا الحديث شكل من أشكال الحديث الصحفي، أخذ أبعاده عبر التليفزيون، الذي نقله دون تحوير أو تغيير أو تحريف، وتعد ميزة حديث المؤتمر وتتبلور أهم مقوماته بأن مادته نتاج حوار يجري بين مجموعة من الصحفيين والشخصية أو الشخصيتين اللتين نظمتا المؤتمر، ودعتا إليه، ما يجعل الحديث لا ينفرد بصحفي معني، أو يعد حكراً لوسيلة دون سواها، والمؤتمر الصحفي بالعموم تعقده كبار شخصيات المسؤولين والشخصيات القيادية، الشخصيات البارزة في المجتمع، ويشارك به الصحفيون الذين يحضرون المؤتمر، حيث تظهر الحاجة إلى الإدلاء بحقائق حول موضوع ما، وإحاطة الرأي العام بجوانبه، وهو يحقق بالوقت نفسه منفعة متبادلة، تصريح الشخصيات حول الموضوع وحصول وسائل الإعلام على تفاصيل حية من مصادره النوعية.

بنية المؤتمر الصحفي وتركيبته:

عادة يبدأ المؤتمر بكلمة أو بيان يلقيه المسؤول، ويعقبه مناقشة (على شكل أسئلة) بينه وبين الصحفيين الحضور، حيث يرد على كل الأسئلة التي يوجهونها إليه، ولعل هذه المواجهة المباشرة بين المسؤول والصحفيين دون وسيط تجعله أكثر حيوية وثراءً، وعموماً يعرّف المؤتمر الصحفي بشكل تقليدي: أن يجتمع المسؤول بمندوبي وممثلي وسائل الإعلام المقيمين والمتواجدين معه في مكان واحد، ويحدد لهم وقتاً للاجتماع، ثم يدلي إليهم مجتمعين بحديثه، وبعد ذلك يجيب عن الأسئلة التي توجه إليه منهم، وفي البلاد ذات التقاليد الإعلامية تُتبع طريقة المؤتمرات الدورية، كما أن ثمة تقسيمات حسب محليةِ أو إقليمية أو دولية المؤتمر، وعليه يطلق على المؤتمر الدولي لقب "Conference"، وهذا المصطلح تعرّفه دائرة المعارف البريطانية أنه "حضور مشترك بهدف التباحث"، بينما تعرفه دائرة المعارف المصورة بأنه اجتماع يتكون من أشخاص عدة، لمناقشة موضوع ما، وفي الإطار ذاته يعد المؤتمر الصحفي أحد وجوه المقابلات الإعلامية الجماعية يتمثل في لقاء رسمي، أو غير رسمي عام، أو محدود، ينظم وينعقد في مكان مناسب، بصفة دورية أو غير دورية، أو طارئة، بمعرفة المختصين، وبحضور شخصيات مهمة أو خبيرة أو شهيرة، أو من صناع الأحداث أو شهود العيان، وذلك لإطلاع مندوبي وسائل الإعلام بطريقة منظمة على المهم العاجل من الأخبار، والنتائج الحالية والمتوقعة لحدث جارِ، أو موقف أو قضية مؤثرة، ولتقديم المعلومات والتفسيرات والتوجيهات المختلفة، ولفت الأنظار إلى الأفكار وألوان النشاط الجديد، والرد على الأسئلة، وإدارة النقاش المتصل بها لينقلها هؤلاء بدلاً من مندوب واحد فقط يمثل وسيلة واحدة إلى أكبر قاعدة ممكنة من القراء والمستمعين والمشاهدين، بهدف إعلامهم وتوعيتهم وتثقيفهم، ولتعم الفائدة على الجميع.

اتجاهات المؤتمر الصحفي:

من الاتجاهات الأخرى للمؤتمر الصحفي أن يعقد الضيفان بعد لقائهما في مكان انعقاد الاجتماع مؤتمراً صحفياً يتحدثان فيه بداية عن ما دار في الاجتماع بينهما وما توصلا إليه أو اتفقا أو اختلفاعليه،ثم يتركان فرصة للصحفيين المدعوين لطرح أسئلتهم واستفساراتهم والإجابة عليها، فمجريات المؤتمر وانعكاساته والأجواء التي يتحلى بهما تقدم دليلاً ومرجعية لفحوى الاجتماع ونتائجه سلباً أو إيجاباً، وتأكيداً لذلك يقول "فرانك لوثر موت": "كانت نظرة الرئيس الأمريكي وودرو ويلسن إلى الصحافة رفيعة المستوى، وعندما جاء إلى الرئاسة كان مقتنعاً تماماً بأهمية العلاقة بينه وبينها، ومن هنا راح ينظم المؤتمرات الصحفية، نصف أسبوعية مع المراسلين، من جميع الاتجاهات، ليجعلهم محل ثقته...".

علاقة المؤتمر الصحفي بالأنواع الأخرى:

ومن زاوية الارتباط بين المؤتمر الصحفي من جهة والحديث من جهة أخرى، بما يمكن تسميته "أحاديث المؤتمرات" يمكن تعريف المؤتمر الصحفي بأنه: "لقاء منظم يجري إعداده من قبل هيئة أو جهاز أو

مؤسسة عامة أو خاصة، أو من قبل دولة أو أفراد أنفسهم، لإطلاع مندوبي الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء والتليفزيونات على مجريات الأحداث الهامة، سواء كان في بداية أحداث أو نهايتها، أو خلال الأوقات العصيبة أو الأزمات، ما يجعل المؤتمر أحد أنواع الاجتماعات الإعلامية المنظمة التي تعقد بمعرفة أخصائيي العلاقات العامة أو المكاتب الصحفية، ويلتقي فيه ممثلو أجهزتهم ومؤسساتهم برجال الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي، وذلك لتوجيه رسائل مختلفة الأنواع من هؤلاء إلى جمهور هذه الوسائل لتعريفه وتوعيته بما يدور حوله من أحداث ووقائع، أو بما يقوم به هؤلاء من أنشطة تتصل بمجالات أعمالهم، وذلك بدل من إطلاع مندوب واحد، مستخدمة طريقة الحديث الصحفي لتصل إلى أكبر عدد ممكن من الناس، ومن هنا أصبح المؤتمر ليس مقتصراً على الجانب الحكومي أو الرسمي أو الموضوع السياسي، أو كبار المسؤولين بل أصبح وسيلة وأداة للعلاقات العامة، التي تلجأ إليها المؤسسات والشركات للإعلان عن مشروعاتها وإنجازاتها، كما تستخدمه الأندية الرياضية للإعلان عن صفقات التعاقد مع اللاعبين والمدربين، وتستخدمه كذلك الشركات الإعلانية للردود عن أي اتهام أو سمعة غير جدية عن المؤسسة.

التحرك لإنجاز المؤتمر الصحفي:

إن الصحفي مع المؤتمر لا يبحث عن الموضوع بل يذهب إليه بناء على دعوة توجه لمؤسسته يحدد فيها اسم المتحدثين وسبب انعقاد المؤتمر ومكانه ووقته، وربما وجد داخل القاعة حقيبة فيها اسمه وبيانات المتحدثين ومعلومات عن المؤتمر تساعده في التغطية، لكن يجب أن يبقى حذراً لأنها من وجهة نظر المؤسسة الداعية، ما يعني أن الصحفي ليس مهمته فقط هنا تسجيل إجابات الأسئلة، بل الحصول على كلمة المتحدث والانطلاق من خلالها للتفكير بالأسئلة التي سيطرحها، من منظور ما قرأ ومن قناعة بأنها الأسئلة التي يريد الناس طرحها، وعليه كمندوب عنهم إيصالها، إلى جانب متابعة أسئلة الصحفيين الزملاء الحاضرين وتسجيلها والاقتباس منها، وكل ذلك بعد العودة إلى قواعد البيانات وخاصة التي يوفرها أرشيفه أو عبر الإنترنت لجمع كل المعلومات المتعلقة بشخصية المؤتمر وموضوعه، والمؤتمرات السابقة له، قبل الذهاب والانطلاق إلى المؤتمر وجهة الدعوة، فمثلاً يوفر موقع "www.pub.whitehouse.gov" النصوص الكاملة لمؤتمرات الرؤساء الأمريكيين.

التحرير النهائي للمؤتمر الصحفي:

يجدر القول أنه غالباً ما تعيد المحطات والصحف نشر المؤتمر كاملاً، إلا إذا كانت القناة رسمية تعيد نشر أو بث مؤتمرات قادتها، ويستثنى من ذلك المؤتمر المنقول على الهواء مباشرة، ما يعني إلزام القنوات والإذاعات والصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية إجراء تحرير من نوع يمكن أن يخرج من دوائر تحرير الحديث إلى تحرير التقرير أو القصة الإخبارية....، وعموماً يجب أن يتضمن التحرير هنا:

- الشخصية عاقدة المؤتمر ونصها البياني.

- سبب عقد المؤتمر وخلفياته.
- النقاط البارزة في حديث الشخصية وإجاباته عن الأسئلة الموجهة إليه.
- وصف مكان المؤتمر إذا كان ضرورياً ذلك ويعطي دلالة معينة.
- ردود الأفعال المؤيدة والمعارضة على ما جاء في المؤتمر.

المؤتمرات الصحفية ومؤتمرات الأخبار:



بناء على ما مضى يطلق البعض على المؤتمرات الصحفية لقب مؤتمرات الأخبار، كونه يتيح جمع المعلومات للصحفيين الذين فشلوا بجمعها عبر المقابلة الخاصة بينهم وبين المسؤول منفردين، في حين يطلق عليها البعض الآخر مؤتمرات الرأي بالأخبار، لكونها تمكن المحللين من استنتاج فحوى ما جرى في حجرة الاجتماع المغلق بعد إعطاء فرصة للتعبير والتنفيس عن مجرياتها أمام صحفيين يملكون مهارات الأسئلة واستنباط ما وراء إجاباتها، والأدق أن يطلق عليها لقب مؤتمرات التقصي عن الأخبار وأحداثها، لأن طريقة التحضير للمؤتمر وأدواته تخضع لمنطق الصحافة الاستقصائية في محاولة كشف المستور والتحري والدقة والعمق في طرح السؤال والحصول على الاستجواب الأقرب فعلياً لمجريات الوقائع وحقائقه، أو على أقل تقدير أقرب ما أمكن لذلك، خاصة أن المؤتمر الصحفي يعقد في وقت ملح أو مهم للإعلام يمكن أن يكون فيه هناك ما يقال لهم أو ينتظرون هم من يقوله وينقله إليهم، ضمن منطلقات ثلاثية الأضلاع تحدد في: "حس إعلامي لعقد المؤتمر وتوقيت مناسب وحسن اختيار من نوع خاص"، بينما في الواقع يشكل أضلاع تأسيسي المؤتمر:

- المتحدث أو المتحدثان (على الأكثر اثنين) والبيان الذي سيقدمانه.
- الضيوف الصحفيون وآلية دعواتهم واختيارهم، ومحاور أسئلتهم.
- وقت الانعقاد وتوقيته وسياقه الزمني.
- مكان الانعقاد وإعداد قاعته وطرق التوزيع للصحفيين داخلها.
- نظام الانعقاد وكيفية إدارة المؤتمر وآلية ترتيب الأسئلة ونظام طرحها وكيفية اختيار السائلين، وكيفية اختيار هؤلاء لمن يرغبون بأن يجيب.

وظائف إضافية للمؤتمر الصحفي:

تأسيساً على قدرة المؤتمر الصحفي تأدية كل وظائف الإعلام (الإخبارية – الرأي – الاستقصائية) على كافة الأصعدة التفسيرية والتوجيهية والإرشادية والتقريبية والمعرفية والتعليمية والتسلية والإمتاع والتسويقية والإعلانية والربحية يمكن تحديد وظائف صحفية أخرى للمؤتمر تتجلى في:

- تأكيد أو نفي الأخبار المهمة التي سبق نشرها وإذاعتها.
- تقديم الفرص للشخصيات للدفاع عن نفسها وأفكارها وآرائها وخططها ومواقفها، ومرافقتها في مواجهة الآخرين من المهاجمين لها.
- إتاحة الفرص للمتحدثين والجمهور من أجل تقديم الدروس الوطنية وخلاصة التجارب الفكرية التي ترفع من درجة الحماس والانتماء الوطني وتدعو إلى المزيد وتضيف صوراً جديدة من صور العمل الجاد في سبيل الواجب.
- معرفة المواقف الرسمية ونصف الرسمية من الواقع الحالي بكل صوره وأبعاده المختلفة حتى الرمادية والسوداء منها.
- قد يكون المؤتمر بمثابة "بالون اختبار صحفي" لقياس ردود الأفعال الجماهيرية وحجمها ومبلغها من القوة أو الضعف، على ما يقدمونه من أخبار وآراء ومواقف وتوجهات، ليقرر على إثرها المضي بها أو تعديلها أو إلغائها.
- عروة وسطى وأدوات حوار تجمع المسؤولين والسلطات والرأي العام وممثليه، وبشكل كفوء يفوق كل أنواع اللقاءات الأخرى كالندوات والورشات، حتى في حالة النشر عنها.
- تمتلك عناصر جاذبية يفرضها النقاش تفتقد إليها كل الأنواع التشاورية الأخرى.
- تقديم أو تعديل أو تغيير الصورة عن الشخصيات أو المؤسسات أو الدول وفق ما تسعى إليه المؤسسة منظمة المؤتمر.
- قياس أولي بسرعة كبيرة لما يفكر فيه الرأي العام ودرجات استجابته للمواقف والأحداث، خاصة خلال الأزمات.

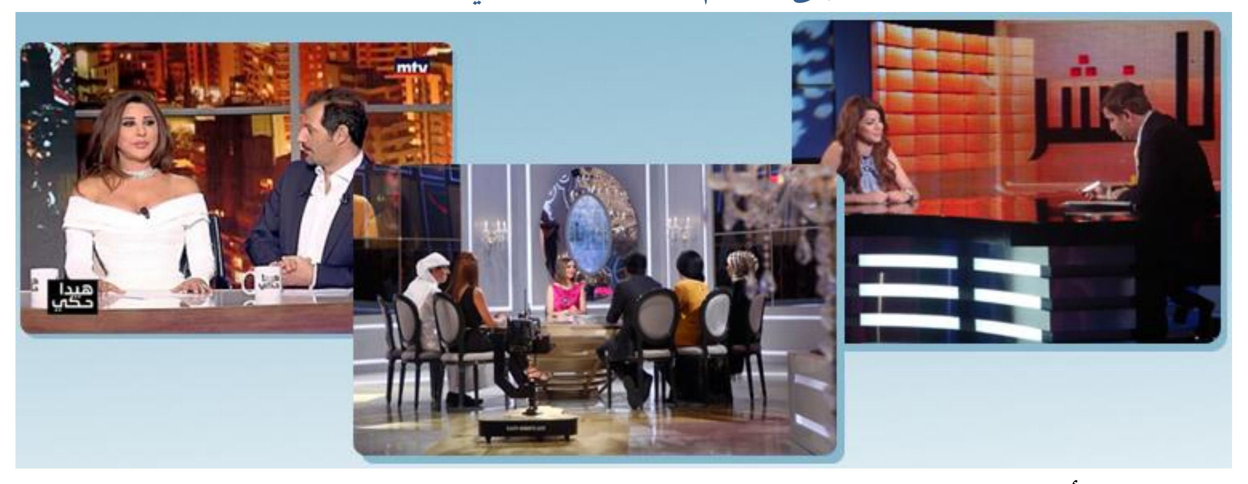
انتقادات وسلبيات المؤتمرات الصحفية:

على الضفة الأخرى لا تسلم المؤتمرات الصحفية من انتقادات واتجاهات سلبية توجه إليها، وأبرزها ما قاله "جون هانبرج":

1. المؤتمر أسوأ طريقة ممكنة لتغطية الموضوعات، وجمع المعلومات، فالقول أمام جمعٍ قد يختلف فيما لو انفرد الصحفي بالقائل واستخدم تقنياته الخاصة في الاستجواب بدل سؤال واحد متنوع المشارب والأطياف والسائلين، وبدل من حاضرين موجه لهم الدعوة بشكل متعمد، بعيداً عن موضوعية الاختيار.

2. سلبيات مرتبطة بموضوع المؤتمر وطرق وأساليب إعداده، وتوقيته، وتزامنه مع أحداث ربما أكثر أهمية.
3. سلبيات ترتبط بالشخصيات المتحدثة، وكفاءتها واستعدادها لإجراء حديث المؤتمر.
4. سلبيات مرتبطة بنظام وإدارة المؤتمر الصحفي، وإلزامية توجيهه، كتجاهل صحفيين، وعدم اختيارهم لطرح أسئلتهم، وتجاهل أسئلة وتفويت الفرصة على أصحابها، مقابل تقديم صحفيين موالين يدعون (أصحاب المؤتمر)، ومنحهم كل وقت المؤتمر.
5. قطع المؤتمر في أي لحظة يريدها المنظمون تحت حجة الوقت المخصص.
6. لا أحد يتوقع أن يكون المتحدث صريحاً 100%، ولعل أفضل دليل على ذلك إقرار وزارة الخارجية الأمريكية بوجود أخطاء كثيرة في المعلومات في بعض مؤتمرات الرؤساء الأمريكيين، بحجة أن الرئيس لا يستطيع خلال مؤتمر لا يستغرق أكثر من (30) دقيقة الإجابة بدقة عن كل الأسئلة المتنوعة والمعقدة التي توجه إليه من قبل صحفيين متعددي الأساليب والمهارات والانتماءات والمشارب، والاتجاهات، وربما اللغات، لتصل بالمؤتمر ليكون مجرد "دبلوماسية كاذبة"، أو اجتماعات ملونة بوجه أصحابها، أو اجتماعات تبريرية على الكل الاقتناع بفحواها، أو تقليدٌ لا بد أن ينعقد حتى لو كان بشكل روتيني، لا يمكن لأحد لتعدد وتنوع وتمايز الحضور السيطرة عليه، أو تحقيق انفراد أو سبق صحفي أو خبطة صحفية، من خلاله.

2-تصنيف الأحاديث استناداً إلى تقسيم الحديث الصحفي وتصنيفه:



- حديث الخبر أو الحقائق.
- حديث الرأي.
- حديث المعلومات أو التسلية أو الإمتاع.
- حديث الجماعات.
- حديث المؤتمرات.

3-تصنيف الأحاديث استناداً لرسمية الشخصية المقابلة:

وهنا يقسم الحديث الصحفي إلى قسمين رئيسين هما:





- حديث رسمي.
- حديث غير رسمي.

4-تصنيف الأحاديث استناداً لوسيلة المقابلة:



-الحديث الصحفي المباشر.

-الحديث التليفزيوني.

-الحديث الإذاعي.

-الحديث الإلكتروني، ومن ضمنه الحديث الإلكتروني المباشر وحديث الإيميل الإلكتروني غير المباشر.

-حديث الهاتف.

-حديث الفاكس.

5-تصنيف الأحاديث حسب المدرسة الأنجلوسكسونية:

المقابلة المعلوماتية:

وتعد المقابلة المعلوماتية النوع الأساسي من المقابلات؛ وهي مقابلة يسعى الصحافي من خلالها إلى جمع الحقائق، ولا يمانع الضيف في تقديمها؛ وبالنسبة لهذه المدرسة يرى "جون سنو من أخبار القناة الرابعة البريطانية"أن المقابلة ليست منافسة بين متصارعين؛ بل تسعى للحصول على الإجابات، ما يجعل حديث المقابلة إجمالاً عملية تنقيب عن المعلومات.

مقابلة الرأي:

وهنا بدلاً من الاستماع إلى أشخاص، وهم يسردون المعلومات أو يعددون الحقائق، فإن الأكثر متعة وإثارة الاطلاع على مشاعرهم تجاه قضية معينة، فهدف مقابلة الرأي هو التعرف إلى آراء الضيف.

استطلاع آراء الجمهور (الفوكس بوب): (Vox Pop):

وتُعرف هذه المقابلات القصيرة باستطلاع آراء الجمهور أو (Vox Pop) بالإنجليزية، وهو تعبير مشتق من اللاتينية معناه "صوت الشعب".

المقابلة العاطفية:

وتعتبر المقابلة العاطفية وثيقة الصلة بمقابلة الرأي، ففي الإذاعة والتليفزيون، تتضمن أكثر البرامج متعة فقرات يُعرِب فيها الأفراد عن عواطفهم للمستمعين أو المشاهدين الذين يستطيعون تفهم الغضب أو الأسى أو الفرح أكثر من تفهم وجهات النظر والحقائق البحتة، بالتالي من الأسئلة البديهية (التي غالبا ما تُطرح) "كيف تشعر؟".

مقابلة المواجهة:

مرت ثلاثة أيام منذ أن أسفر اصطدام قطار عن مصرع ستة أشخاص دون أن تقدم الهيئة المسؤولة تفسيرا لسبب الحادث، ومن المقابلات الشهيرة في تلفزيون بي بي سي، مقابلة كرر فيها المذيع السؤال نفسه سبع عشرة مرة على أحد الوزراء لاعتقاده أنه لم يتلقَ إجابة مرضية، فهذه المقابلة، في أقصاها، تشبه استجواب محامٍ لشاهد في محكمة.

المقابلة الاعتراضية:

عندما تصل مقابلة المواجهة إلى حدودها القصوى فإنها قد تتحول إلى مقابلة اعتراضية، أو مقابلة اعتراض السبيل، التي تعني حرفيا "عتبة الباب"، ويقصد بالمقابلة الاعتراضية تلك المقابلة التي تُجرى مع شخص لا يرغب في الرد على الأسئلة، سواء على عتبة باب منزله أو مكتبه أو سيارته أو في الشارع أو في مكان آخر لا علاقة له بموضوع المقابلة، ويجب أن يُثبت الصحفي للجمهور أنه يبذل كل جهد ممكن لعرض جميع جوانب الخبر.

المقابلة التحليلية:

حيثما توجد آراء وتفسيرات متضاربة، من المفيد الاستعانة بشخص قادر على تفسير القضية أو الموضوع بصورة إجمالية، وتهدف المقابلة التحليلية تلخيص وشرح الجوانب المختلفة ووضعها في سياق تاريخي وسياسي أوسع، فالمتحدث أو الخبير هو عادة شخص "ودود" مثل:

- مراسل متخصص في الموضوع (مثلا الدفاع).
- مراسل ذو خبرة مطلع اطلاعاً وثيقاً على الموضوع أو الخبر.
- أكاديمي أو خبير خارجي.

المقابلة الترفيهية:

ومن أهم أنواع المقابلة الترفيهية ما يمكن تسميته مقابلة الشخصية (Personality)أو البروفيل (Profile) التي تسعى إلى تسليط الضوء على شخصية الضيف وحياته الخاصة، وعادة ما يكون

الضيوف نجوماً أو شخصيات مرموقة، وفي بعض الأحيان أفراداً عاديين قد تكون لهم أحياناً قصص مشوقة يحلو الاستماع إليها.

6-تصنيف الأحاديث الصحفية التقليدي والأكثر شيوعاً:

ينطلق هذا التصنيف من الرؤية التقليدية لأهداف الحديث الصحفي والذي يضع أشكاله ضمن ثلاثة أنواع للحوار لا رابع لها، هي:

1) **حوار المعلومات:** ويستهدف الحصول على بيانات أو معلومات معينة حول أحد الموضوعات أو الأحداث، ومن ثم فإن هذا النوع من أنواع الحوار يقتصر على المتخصصين، أو الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع، أو المناسبة التي يجرى الحوار حولها، بغية تزويد المستمع بمعلومات معينة في موضوع ما لأهميته ما يعني تركيزه على الموضوعات الهامة والأحداث الجارية أو الحصول على معلومات حول مؤسسة ما.
2) **حوار الرأي:** وهو الحوار الذى يستهدف عرض آراء الأشخاص، ومواقفهم إزاء موضوع أو قضية عامة، وقد يكون ذلك بهدف الوقوف على الاتجاه العام، أو بهدف تشكيل رأي عام في قضية معينة، وفي كلتا الحالتين فإنه لا توجد مواصفات معينة لضيف هذا النوع من الحوار، فكل من له رأي أو موقف أو وجهة نظر في الموضوع المثار يصلح أن يكون ضيفاً لهذا النوع من برامج المقابلات، وبالتالي تسعى لطرح أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة، أو موضوع بعينه أو يعالج الموضوعات التي تحتوى على نقاط متعارضة، ولا يهدف إلى جمع معلومات، بل التعرف على كيفية تفكير الناس حيال المسائل المطروحة في الساحة.
3) **حوار الشخصية:** يقوم هذا النوع من أنواع الحوار أساساً على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارتها لاهتمام وانتباه المشاهدين والمستمعين، وعلى ذلك فإن شخصية الضيف الهدف الأول والأخير لهذا النوع من برامج الحوار، سواء كان من المشاهير أو البارزين في مجالات الفن أو الرياضة أو السياسة، أو كان من ذوي المواهب والقدرات الفذة، أو حتى من الأشخاص العاديين، جعل سبب أو آخر الشخصية هامة، واكتسبت أهميتها من خلال الإنتاج والعمل، فالمتلقي دون شك يريد معرفة قصة هذا النجاح الكبير وكيف تحقق،وعادة يشتاق إلى معرفة كيف يعمل الآخرون؟ وكيف يفكرون؟ والشرط الوحيد الذي يشترط توفيره هو قدرة الشخص على التعبير، ورغبته في أن يتحدث للناس من خلال الحوار، وبالتالي يجرى هذا النوع عادة مع شخصية مشهورة في مجالها وتخصصها معروفة للرأي العام، بغية إحداث الاتصال بين الشخصية المشهورة والمعرفة وجمهور المستقبلين، والمطلوب أن تكون هذه الشخصية التي يتم عرضها بواسطة هذا النوع مثيرة للانتباه بشكل أو بآخر.

وقد تكون شخصية وعلى ضوء ما ذكر يمكن القول بأن عناصر هذا الحوار هي:

- صحفي يجرى المقابلة.
- شخص أو ضيف تجرى معه المقابلة.
- موضوع المقابلة الذي يدور الحوار حوله.
- أسئلة يوجهها المذيع إلى الضيف لتكشف عن أبعاد الموضوع وجوانبه المختلفة.
- المتلقي الذي يتابع الحوار معاً من جانب السائل والمجيب ويعتبر نفسه في السؤال والجواب شريكاً معهما والذي يبحث هو الآخر مع الصحفي عن المعلومات والأفكار والآراء عند الضيف.

ثانياً: أنواع الحديث التليفزيوني وأشكاله المختلفة:

يمكن تحديد بعض أشكال الحديث لتتضمن الحديث التليفزيوني المباشر، وحديث الجماعة، أو حديث الاستفتاء، وتغطية المؤتمر الصحفي، والندوة الصحفية، وتغطية الخطبة والاجتماع لعام، فالحديث التليفزيوني كنوع تليفزيوني عبارة عن أداة و(أسلوب أو فن أو طريقة) للحصول على معلومة أو لإيضاح ظاهرة، أو لحل مشكلة أو للتعرف على حدث أو قضية أو شخصية، وهو ككل أداة يختلف من حيث المضمون والشكل والحجم والهدف، وهذا ما يفسر وجود أنواع من المقابلات التليفزيونية؛ حيث يختلف الباحثون في تصنيفها، وثمة طرق عديدة لتصنيف هذه المقابلات، ولعل أبرزها:

- التصنيف حسب الهدف (إعطاء معلومات، وجمع معلومات، وتحليل ظاهرة، الحصول على الآراء...).
- التصنيف حسب الحجم: (أحاديث قصيرة، معيارية، كبيرة أو موسعة...).
- التصنيف حسب المكان: (أحاديث ميدانية، داخل الاستديو، مختلطة).
- التصنيف حسب أسلوب إدارة الحديث: (أحاديث النقاش، الحوار، المونولوج...).
- التصنيف حسب الجو السائد في الحديث: (حديث هادئ، والصعب، والحساس، والعاصف أو المواجهي أو العدواني...).
- التصنيف حسب أسلوب المعالجة: (أحاديث السبر، والتحري والتنقيب، والمسح والتعرف...).
- التصنيف حسب الأداة: (أحاديث مواجهة، وعبر الهاتف، وعبر الأقمار الصناعية...).
- التصنيف حسب طرق الإذاعة: (أحاديث مباشرة تذاع على الهواء، ومسجلة تذاع في وقت لاحق ....).

أبرز التصنيفات لأنواع الحديث التليفزيوني وأشكاله:



وفيما يلي أبرز هذه التصنيفات لأنواع الحديث التليفزيوني وأشكاله التي يبقى تنوعها في حدود وحدة النوع، ويعكس غنى وثراء الإبداع الصحفي في هذا المجال، مع عدم وجود جدران فاصلة بينها، بل تتقاطع لتصنف وفق السمة الغالبة أو العنصر المهيمن أو الغالب فيها:

1) تصنيف الأحاديث التليفزيونية استناداً لأسلوب عرضها:

المقابلة المتعلقة بالواقع:

كما هو الحال في الصحافة الإذاعية والقصص الإخبارية وهي مقابلة قصيرة عادة حيث لا تزيد مدتها عن 30–40 ثانية، وإن كانت تصل في بعض الأحيان إلى دقيقتين، وذلك حالة اعتمادها على موضوعات هامة أو معقدة، وكثيراً ما تخضع لعملية (مونتاج) كي تتاح الفرصة لظهور أكثر من شخص يتحدث كل منهم جملة أو جملتين ويشتركون جميعاً في موضوع واحد.

المقابلة الاستعراضية: Interview show:

وهي مقابلة تنفذ بالراديو أو التلفزيون وقد تكون المقابلة الاستعراضية مقابلة كلية (تستغرق الوقت كله)، أو تتركب من أشكال متنوعة مثل الأخبار والمقابلات الترويجية. ويمكن تنفيذ هذا النوع من المقابلات من داخل قاعات العرض بالمسارح وما إلى ذلك. أما مدة البرنامج فقد تكون من 15–30–60 دقيقة وتصل في أحيان أخرى إلى 90 دقيقة وفي هذه الحالة ينبغي التدقيق في اختيار الضيف الذي يستحق ان يمنح مثل هذا الوقت.

الفيلم التسجيلي: Documentary Film:

ويستخدم هذا النوع من المقابلات في التليفزيون فقط، وبطبيعة الحال هي مقابلة تسجيل على فيلم أو شريط فيديو وتتخللها لقطات تتصل بموضوع المناقشة، ويمكن أن يقوم هذا النوع من المقابلات على ضيف واحد، أما عندما يكون موضوع الفلم قضية أو مشكلة تستحق التسجيل فيمكن إجراء المقابلة مع ستة اشخاص، إذا كان الوقت المخصص في حدود 30 دقيقة، ومع اثني عشر شخصاً إذا كانت مدة المقابلة ساعة كاملة.

الحديث الاستعراضي: Talk show

وهي المقابلة التي تجري مع ضيف البرنامج داخل الاستديو، وهذا ما يحدث في الغالب أو تجرى معه تلفزيونياً إذا كان موجوداً في مكان بعيد عن المحطة، ويعد هذا البرنامج الجماهيري مستمداً من المناظرات الرئاسية الأمريكية، التي يتحول فيها الحوار إلى عرض بصري، يلمس من خلال ضرورة وجود المحاور النجم المتمكن من مواجهة الجماهير سواء بحضورها وتواجدها في الاستوديو،ولهذا فهذه النوعية ليست حديثة كما يتصور البعض، وليست وليدة الإرسال التليفزيوني عبر القنوات الفضائية لكنها نوعية سبق تواجدها على مدى سنوات الإرسال الإذاعي.

السرد التاريخي: Oral History Interview:

وهي نوع من المقابلات يستخدم فيه المذيع الذي يجري المقابلة الفيلم أو الفيديو والشريط الصوتي ليسجل معلومات يعيد جمعها من الأشخاص وتتعلق بتجارب أو أحداث وقعت أو مذكرات.

2) تصنيف الأحاديث التليفزيونية استناداً لطبيعتها وأهدافها وغاياتها:

أ- أولاً: الأحاديث التليفزيونية الإخبارية "Informational Interviews":

وتوازي في الصحافة حديث المعلومات، فمن خلالها يحصل الجمهور وبشكل مباشر وعبر حوار حي ومتطور مع شخصيات كفؤة، على معلومات آنية ومتنوعة، سواء عبر تقديم معلومات سريعة عن الحدث، عبر مقابلة قصيرة، أو من خلال تقديم تغطية كاملة وشاملة لتطور عبر مقابلة موسعة، ويمكن في الممارسة العملية ملاحظة استخدام الأنواع التالية من نماذج الأحاديث التليفزيونية الإخبارية:

- حديث إعطاء المعلومات: والذي فيه الاعتماد بشكل كامل على الشخصية أو المصدر، وذلك لأن الوظيفة الأساسية لهذا النوع إعطاء معلومات وبيانات وتوضيحات.
- حديث جمع المعلومات: والذي يكون فيه المدى أوسع، لأن المطلوب ليس فقط جمع المعلومات، بل جمع الوقائع والآراء والإيضاحات والمواقف والمشاعر وردود الفعل.
- الحديث الإخباري المباشر: الذي يهدف إلى تغطية إخبارية سريعة وربما مباشرة للحدث، كما يهدف الحصول على معلومات لتحقيق الهدف المحدد، ما يميزه بإيقاعه السريع، وأسئلته الكثيرة، خاصة ذات النهايات المغلقة، كما يتميز كذلك بأجوبته المختصرة.
- الحديث الإخباري غير الموجه: والذي يهدف أيضاً لتغطية حدث معين، ولكنه يترك قدراً أكبر من الحرية للشخصية أو المصدر لتقديم روايته وتذكرها، التي يمكن أن تكون إلى حد ما موسعة للحدث، وتأتي أسئلة الصحفي هنا بقصد التوسع والتوضيح، ما يميزه بأسئلته الأقل والموجهة، وأجوبته الأكبر والموسعة، التي ربما تكون ذات طابع شخصي، لكنها تتسم أكثر بالدقة، عبر الأسئلة ذات النهايات المفتوحة.
- الحديث المشروع: يستخدم هذا المصدر عند تغطية حديث هام متعدد الجوانب والمصادر، أو عند معالجة قضية تتضمن محاور عدة، ومن خلال شخصيات متعددة، ما يلزم الصحفي إجراء أكثر من مقابلة تليفزيونية بهدف جمع المعلومات المتناثرة، عن المواقف أو المحاورة المتعددة، من شخصيات

ومصادر متنوعة، وذلك وفق مشروع مخطط سلفاً لجمع هذه المعلومات، ما يشكل مادة متكاملة توضح مجمل جوانب الحدث أو القضية.

- حديث شاهد العيان: ويتميز بإيقاعه السريع عبر مقابلة شاهد عيان، وتتعدى مهمته جمع المعلومات إلى الحصول على الانطباعات والملاحظات، وصولاً إلى التقييمات الشخصية، ما يلزم تقديم أسئلة مناسبة تساعد في الحصول على تفاصيل كافية لإعداد قصة إخبارية أو تقرير إخباري أو حتى مادة تسجيلية أو وثائقية.

ب-أحاديث الموضوعات التليفزيونية "Thematic Interviews":



وهو الحديث الذي يجريه الصحفي مع شخصية معينة وربما أكثر، سواء كانت شخصية اعتبارية أو مسؤولة أو خبيرة أو مختصة، أو شاهد عيان، حول موضوع معين، قد يكون حدثاً، أو ظاهرة أو قضية، أو مشكلة، ليس شرطاً أن تكون مرتبطة بآنية مطلقة، كقضية الزواج المبكر أو البطالة أو بغرض شرحه وتفسيره وتحليله، ما يجعل البعض يطلق على هذا النوع لقب "الحديث الاستكشافي"، أو "حديث السبر" أو "مقابلة المسح".

ت-أحاديث الشخصيات التليفزيونية "Personal Interviews":

يشابه حديث الشخصية في الصحافة ويجرى هذا النوع من الأحاديث من اسمه مع شخصية اعتبارية بارزة أو مشهورة أو مبدعة أو مسؤولة أو خبيرة أو مختصة، بهدف تقديمها إلى الجمهور، وتعريفه بأعمالها وإنجازاتها ومآثرها ومواقفها وآرائها بالقضايا والأحداث، والتطورات والظواهر، سواء في موضوع تخصصها أو مجمل آرائها بالحياة، ما يجعل بطل هذا الحديث هو الشخصية، والهدف المركزي تقديم صورة واضحة ومتكاملة عنها، ومن أمثلة هذا النوع الذي ينتشر على مساحة الفضائيات العربية: "ظلال شخصية" في التليفزيون السوري، و"ضيف الأسبوع"، ولقاء خاص، على الجزيرة، و"المشاء" على "العربي"، وخليك بالبيت على المستقبل، و"البيت بيتك" على "الفضائية المصرية"، و"حوار العمر" على LBC، ويتميز هذا النوع من الأحاديث بما يلي:

- يتراوح طوله من خمس عشرة وحتى مائة وعشرين دقيقة أو أكثر، وبالتالي يبث هنا على حلقات، على مدى أيام متتالية.

- يحتاج هذا النوع من الأحاديث إلى شخصية بارزة وجماهيرية ومقتدرة، وذات خبرة اتصالية غنية، تُمكنها من إتقان فن مخاطبة الجمهور.
- يحتاج إلى صحفي تليفزيوني مُطَّلع (استعد وحضر جيداً جداً)، وقادر على إجراء حوار حي ومباشر ومتطور وجذاب، وقادر على إقامة ألفة وثقة ومودة مع ضيفه وجمهوره.
- غالباً ما يكون الموقف إيجابياً من الشخصية، فمجرد اختيار الشخصية لإجراء مقابلة من هذا النوع معها، يعني التعبير عن قدرٍ معين من الموقف الإيجابي إزاءها، ولذلك غالباً ما يغيب الموقف الهجومي في هذه الأحاديث، والأسئلة الاستفزازية، وحتى الأسئلة ذات النهاية المغلقة. ويسود الموقف الودي، والأسئلة التأسيسية ذات النهاية المفتوحة، التي تتيح للشخصية أن تقدم الأجوبة المفصلة والموسعة بالشكل الذي تريد، وعليه يحدد الصحفيون عشرين سؤالاً يمكن توجيهها في حديث الشخصيات (وخاصة النوع الخفيف منها)، هي:

1- ما أسعد (أو أسوأ) المناسبات في حياتك؟
2- ماالأمور (أو الأشياء أو الشخصيات أو التصرفات) التي تثير غضبك أو حزنك أو سعادتك؟
3- ما الذي يضحكك أو يبكيك؟
4- ما الأحداث الهامة في طفولتك؟
5- ما أبرز سمات شخصيتك؟
6- ما أسوأ أخطائك؟
7- ما الأشياء المادية التي تود اقتناءها؟
8- ماذا تقرأ؟
9- من أبطالك، ولماذا؟
10- ما أهدافك أو مشاكلك الكبرى؟
11- ما نوعية الناس الذين تعاشرهم؟
12- أين وكيف تقضي وقت فراغك؟
13- ما القضايا التي تهمك؟
14- ما اليوم النموذجي بالنسبة لك؟
15- بماذا تحلم؟
16- كيف تستجيب لمشكلة ما؟
17- ما الانعطافات الهامة في حياتك؟
18- ما الذي تأسف عليه في حياتك؟
19- إذا أردت أن تصف شخصيتك، ماذا تقول؟
20- كيف تريد أن تذكر؟

3) تصنيف الأحاديث التليفزيونية استناداً لقوالب وبرامج الندوات والمناقشات وأشكالها الفنية:

- **تعريف برامج الأحاديث التليفزيونية (الحوارية):**

تعرف برامج الندوات والمناقشات بأنها البرامج التي تأخذ شكلاً حوارياً، أو أي شكل من أشكال الحوار، حتى أنه أحياناً يطلق عليها لقب "برامج الحوار الدائري"، التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المختصين ببحث موضوع معين، وتتناوله من جوانب كافة، سواء اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، لكن نقطة الاتفاق والاختلاف جعلت البعض يقررون نوعين من هذه البرامج أطلقوا عليها اسم "برامج الندوات"، و"برامج المناقشات"، مفرقين بينهما بأن برامج الندوات هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في وجهات النظر، فكل منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جوانب الموضوع، ويكمله الآخر، أما الموضوع الواحد الذي تختلف حوله آراء الآخرين يحاول كل منهم أن يقنع الآخر بوجهة نظره، ويثير الخلاف معه، ويبرز الخلاف في الآراء، فهذا يعرف باسم برنامج "المناقشات"، وهذا ما ينطبق عليه القول المأثور: "إذا أردت مناقشة ناجحة فاجمع الخصوم في الفكر معاً، ودعهم يتعاركون أمام الكاميرا والمايكريفون"، ما يجعلها من أكثر أنواع البرامج المناسبة لمعالجة وعرض القضايا والمواضيع الجادة، التي تهم الرأي العام، وتكون مثاراً لجدله، كونها تساعد الجمهور على التفكير، وتنشط حياته الاجتماعية، وتكشف الأبعاد الحقيقية للمشكلة، وتفتح الطريق وصولاً إلى الرأي الصحيح، وتضع المسؤولين أمام مسؤولياتهم. مقدمة كل الآراء واضعة المتابعين أمام بدائل الاختيار والتقييم لما قدم وتم التناقش حوله.

- **مبادئ برامج الأحاديث التليفزيونية (الحوارية):**

بالنسبة للندوة والمناقشة فإنهما يعتمدان بالدرجة الأولى على مناقشة موضوع بين عدد من الأشخاص لا يقل عن اثنين، ولا يزيد عن أربعة، ذو صلة بموضوع الحوار، يدخلون في حوار متوازن ومقبول، لا تعصب أو تحزب فيه، فغرض المناقشة هو توضيح المسألة المعروضة للنقاش برمتها، قبل أخذ الجمهور إلى جانب دون آخر والتأثير عليه، والذي فيه عادة ما يطرح الصحفي سؤالاً واحداً أو أكثر على كل شخص مشترك في الحوار، وتنقل الإجابات واحدة بعد الأخرى، ويعرض ذلك بأسلوب جذاب، عبر إعداد مسبق حتى لا تتداخل أسئلة المتحدثين، وتتشاكل، لأن الدراسات أكدت أن جمهور هذه البرامج أكثر نخبة ومن الصفوة الفكرية، كما بينت قلة جاذبية وقبول رواج هذه البرامج مقارنة بالبرامج الترفيهية الأخرى، رغم أن هذه البرامج قد تستضيف عدد من المختصين والمسؤولين المرتبطين بالأحداث الجارية المهمة، وقد يقدمون الجديد حولها، ما يربطها بالعمل الإخباري، ولا يكتفي بعرض موضوع فكري أو ثقافي أو اجتماعي، تختلف هذه الأشكال وفقاً لاعتبارات كثيرة، منها مكان وجود المشاركين وعددهم، ومدى مشاركة الجمهور بفاعلية، وأسلوب إدارة الندوة، وهنا يذكر أن برامج المناقشات والندوات قد تصبح وطيدة الصلة بالعمل الإخباري، ليس في مجال شرح وتفسير الأخبار فقط، بل وفي مجال صنع الأخبار

واستيفائها من مصادرها أيضاً، وفي كلتا الحالتين تؤدى وظيفتها مستهدفة تحقيق عدد من الأهداف الأساسية أبرزها " شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأي عام ووجهات نظر محددة حيالها، مع تقديم المعلومات والحقائق إلى الناس بطريقة مبسطة وقريبة إلى نفوسهم، تغلب عليها التلقائية والعفوية، إضافة إلى زيادة ثقة المتلقي وقناعته نظراً لإحساسه بالمشاركة، أو إحساسه بأنه يحصل على المعلومات من مصدرها مباشرة "دون وجود وسطاء في نقل الخبر"، خاصة إذا كانت هنالك تصريحات للمسؤولين وردت على لسانهم أثناء المناقشة.

- **أشكال برامج الأحاديث التليفزيونية (الحوارية):**

ومن أبرز أشكال برامج الأحاديث التليفزيونية (الحوارية):

- **الدائرة المستديرة "Round Table"**: ويشير إلى اجتماع المشاركين حول مائدة داخل الاستديو يتبادلون الرأي ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال أسئلة يوجهها إليهم مدير الندوة، أو الجوانب والموضوعات التي يطرحها عليهم للمناقشة، وهذه تعد المائدة المستديرة: وهو التعبير الأولي والتقليدي الأسهل وهو امتداد للمقابلة الصحفية الذي يكون فيه دور الصحفي أكثر إيجابية من دور قائد المناقشة، حيث يعرض ويقدم آراءه في هيئة أسئلة ليدفع صاحب اللقاء إلى التحدث والتعمق في موضوعه، أما المناقشة فيؤدي قائدها دور المقدم لامتناعه عن المشاركة وإقحام نفسه فيها، ومهمته إعادة الحوار إلى نصابه حين يصل التصادم حده بين المشاركين.
- **المناظرة "Debate"**: وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثله طرفان يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الاستديو أو يكون كل منهما في مكان ويتحاوران عبر الأقمار الصناعية، وربما توجه لهما دون أن يعرف كل منهما الآخر أو يلتقيان تواجهاً، ما يجعل المناظرة تحتوي بحكم طبيعتها على تشاحنات وتصادمات درامية لفظية مباشرة عند عرض وفحص كل رأي، بغض النظر إذا كان ذلك بين المؤيد والمعارض أو الإيجابي والسلبي أو بين الموافق والرافض، ما يوجب على كلِّ طرف استخدام كل قوته الإقناعية لتفنيد حجج الآخر وتحطيم فكرته المناوئة، وعموماً تبقى فكرة المناظرات التليفزيونية ذات أصول ترجع للمناظرات الرئاسية الأمريكية التي كانت ولازالت من أكثر فترات المشاهدة عند نقلها تليفزيونياً، كما أنها بذرة ولادة برامج "Talk Show".
- **الندوات الجماهيرية**: وهنا لا يختلف الأمر إلا بحضور الجمهور هذه الندوات والمناقشات، ما يلزم عقدها داخل استديو خاص مجهز لذلك، أو في قاعة خاصة خارج المحطة، وقد يكون حضور الجمهور رمزياً لمجرد الحضور، وإشعار المتحدثين بمتابعتهم جماهيرياً، أو يشترك الجمهور بالمناقشة فعلياً عبر تخصيص وقت لهم، لعرض رأيهم بالموضوع أو للتعليق والتعقيب على ما قيل من قبل الضيوف.

- **المناقشة التفاعلية:** ويتم فيها الحوار بأشخاص داخل الاستديو، وخارجه عن طريق شاشه تلفزيونية ضخمة، يمكن أن تصل انفعالاته وصوته الى مكان الحوار وبالعكس، وغالباً ما يتم ربط عدة شخوص ومن عدة أمكنة داخل حلبة الحوار.

- **المناقشة الجماعية "Group Discussion":** تهدف للوصول إلى حلول للمشكلات المعروضة، وصولاً إلى معلومات ونتائج موضوعية لأهداف ذات فائدة مشتركة، وذلك عبر استخدام مبدأ التفكير الجماعي، والبحث الموضوعي لجميع المشاركين، الذين لا يتعارضون، لكن يفحصون جميع الآراء المقدمة، بطريقة موضوعية ومنطقية، وصولاً إلى اتخاذ القرار، والاتفاق على أحسن الحلول المقبولة من جميع أعضاء المناقشة، وبلوَرة مفهوم واضح ومحدد للمشكلة، وتشخيصها عن طريق البحث الموضوعي، كمسببات وحلول، ورغم عدم اشتراك مدير المناقشة فيها، إلا أن دوره يقوم على توجيهها وضمان موضوعيتها، والاشتراك الفعلي لجميع المشاركين، دون سيطرة أحدهم على الحوار، وتمتع الجميع بحرية الطرح والمناقشة، أو إخراج الحوار من موضوعه المركزي.

- **الندوة الأفقية "Symposium":** ويشمل كل من الندوة والمناقشة، عبر استضافة بعض الشخصيات التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق للموضوع المطروح موضع الاهتمام، ويمنح كل منهم بالتساوي الوقت اللازم لعرض أفكاره وتحديد آرائه والجواب عن السؤال المحدد، وعادة يكون السؤال موحداً، ثم يقسم الطرح ليتناول على الأقل جانبين واضحين، ما يعني مشاركة خبيرين يعالجان الموضوع مع ثالث يطرح الأسئلة لتكملة إجابات الخبيرين، كما يمكن حضور الجمهور، وطرحه أسئلة على المشاركين في الندوة ومناقشتهم، بعد انتهاء الجميع من عرض وجهات نظره بالموضوع.

وثمة تصنيف آخر منطلقه المحطات المحلية، ويشمل الأشكال الحوارية البرامجية التالية:

- **ندوة الحوار المباشر:** تكون بين الجماهير التي يحضرونها، ولذلك هي أشبه بالاستفتاء على موضوع محدد، فالجمهور هو فقط الذي يشترك بالنقاش والحوار، دون حضور ضيوف، فقط الجمهور والإذاعي الذي يدير الحوار وينظم النقاش ويطرح الأسئلة ويعطي الإذن بالكلمة، بلباقة وسرعة خاطر وبديهة وحزم، ومن هنا يبرز الموافقون والمعارضون وتبرز وجهات النظر المتباينة، وينبغي على مدير الندوة هنا تلخيص تلك الوجهات واستخلاص النتيجة النهائية.

- **ندوة الضيف الواحد:** يشترك فيها ضيف واحد توجه إليه الأسئلة، بعد أن يعرض بنفسه الموضوع ووجهة نظره فيه، ثم يتولى الرد على أسئلة المحاوِر، وعموماً يتعارض هذا الشكل مع الرأي القائل أن برامج الندوات والمناقشة يجب أن لا يقل عدد ضيوفها عن اثنين متناسقي أو متعارضي الأفكار، ما يجعله أقرب للمقابلة التقليدية الخاصة بالرأي.

- **ندوة الفريق الثابت:** ويؤسس على وجود فريق ثابت من أهل الرأي والفكر والإعلام لمناقشة القضايا المطروحة، التي عادة لا تتطلب تخصصاً محدداً، يفرض تغييراً في هذا الفريق، وتتخذ طابع المحلية

أكثر، وعندها يتكون الفريق من أبناء المجتمع المحلي ومسؤوليه ومفكريه وإعلامييه وشخصياته الشعبية...

- **ندوة الجو المعتدل:** ويقصد به الندوات التي يجري فيها النقاش حول موضوعات لا خلاف عليها، أو ليس فيها اختلاف أو تعارض في وجهات النظر، فيتحدث فيها أخصائيون كل في مجال متمم للآخر، وهذا يندرج تحت عنوان الندوة التي يلزم أن لا خلاف بين الأطراف المتناقشة، وبالتالي فجو الندوة الهادئ يتيح الشرح والإيضاح، وعلى مدير الحوار هنا ضمان عدم خروج النقاش من دائرة موضوعه من جهة، وعدم تعكير صفوه وصولاً إلى إشعال حرارته، ما يعطيه لقب "الملطف، Moderation"، الذي يلطف جو الحوار بحيادية وموضوعية، وضمان استمرار الجو المعتدل فيه.
- **ندوة الجو الساخن:** وعلى نقيض نوع الندوة السابق، تختلف وجهات النظر هنا اختلافاً جوهرياً، ما يجعله يدخل البرنامج في دائرة نوع "المناقشة" الذي يشتد فيه الحوار، ويزداد سخونة، وليس الندوة، وبالتالي على مدير الحوار هنا تهدئة صراع الأفكار المتناقضة، كما يفضل اشتراك متخصص في المواضيع التي من المتوقع مسبقاً إثارتها للنقاش الساخن والجدل والنزاع الفكري.
- **ندوة الأفكار المستحدثة "Innovations":** وتؤدي بهذه الندوات المحطات دورها التنموي محلياً، من خلال التوجيه والتعليم والتربية، خاصة حينما يتناول قضايا وأفكار مستحدثة ترتبط بتلك المضامين، ما يلزم توجيه تلك الأفكار وتثبيتها وتحويلها إلى فعل إيجابي.

4) تصنيف الأحاديث التليفزيونية استناداً لمكان إجرائها وتسجيلها:

يمكن تصنيف المقابلات التليفزيونية استناداً لمكان إجرائها وتسجيلها إلى نوعين رئيسين هما:

أ- مقابلات خارج الاستديو:

مقابلات التقرير: والمقصود بها المقابلات التي يجريها المراسل بغرض استخدام مادتها في تقريره، وهذا النوع يجري في مكان الهدف، ووضع الكاميرا يكون فوق الكتف "over shoulder" أي موجهة نحو الهدف من الخلف وأعلى الكتف، ويكون وضع الصورة في الإطار متوسطاً "medium close up"، في حين يكون صوت المراسل هو فقط المسموع، وهنا تتطلب أيضاً لقطات إضافية للمونتاج كحركة يدين أو إيماءة رد فعل.

مقابلات العتبة: "Door stepping": وهذه المقابلة يشرحها مصطلحها، حيث المقصود وقف المراسل على عتبة مبنى ما، انتظاراً لخروج الشخص الذي ينوي إجراء المقابلات معه، والأسئلة تكون هنا مباشرة في العادة، وقد يتطلب المراسل لأن يصرخ بأعلى صوته عندما يطرح السؤال كي يسمعه الخارج من الباب، وإذا كان المسؤول محباً للقناة، ويقدر قيمتها ويساير اتجاهها، على المراسل أن يصرخ باسم قناته ليثير الانتباه إليه وإلى وجوب استوقاف المسؤول كان يقول "الفضائية .... الفضائية....."، وعندما

يركض الصحفي باتجاه الهدف عليه أن لا ينسى أن يكون معه المصور وإلا سيكون وصوله إليه وتمكنه من طرح أسئلة دون وجود الكاميرا يعني أنه لم يفعل شيئاً.

مقابلات الجمهور "Vox Pops" التليفزيونية: وتوازي مقابلات الجمهور الصحفية بعرض رأي الجمهور شهود العيان كأمور تجسد الرغبة لدى المراسل بالحصول على الحقيقة، والمشكلة الرئيسة التي تواجه المراسل هنا قدرته على إقناع الناس بالحديث للكاميرا، وغالباً ما تستخدم هذه المقابلات في المواضيع الخفيفة وذات الطابع المرح، والأسلوب المتبع هو طرح السؤال نفسه على الهدف لمن يقبل بالحديث إلى الكاميرا، مع الحرص على أن يكون تصوير كل شخص بنفس حجم الإطار، حتى لا يكون عندك في المونتاج لقطات قفز "Jump Cut"، وعليه ترى "مونيكا وايتلوك, مراسلة بي بي سي" أن الفوكس بوب مفيدة بشكل خاص في الدول التي يقلق فيها الناس من الحديث إلى الصحافيين، حيث لا يضطر من تجرى معهم المقابلة إلى ذكر أسمائهم أو إعداد أسئلتهم، ويعني انعدام الضغط فالناس يكونون أكثر استعداداً للتعبير عما يعتقدونه بالفعل، وتكون الوسيلة قادرة على إخفاء هوية الشخص بسهولة، وتستلزم لإجرائها مجموعة قواعد أبرزها:

- عند الدخول في الحديث مع الناس ابتسم، عرّف بنفسك واجعل الناس يشعرون بالارتياح، أما إن بدوت مثل مسؤولي الوزارات أو انهمكت في تشغيل وفحص المعدات فلن يرغب أحد في التحدث إليك.
- ماالذي يجب أن أسأله؟ اسأل أسئلة قصيرة ومفتوحة تتيح الإجابة الطويلة المتنوعة، فتعرض مجموعة من وجهات النظر وتخلق نقاش حولها بين المجموعة.
- نوّع أسئلتك، فأسئلة متكررة تولد إجابات متكررة.
- أعطِ الفرصة للنقاش ليتبلور، وإن حكى لك الناس أشياء مهمة فدعهم يتحدثون.
- استمع إلى الناس! فمن السهل أن تغلق أذنيك وأنت مشغول بمحاولة التصوير، ثم ترجم وتراجع مستوى التسجيل عندك، لكن الأجوبة هي المهمة بالطبع، وكمثال هذا المشهد البسيط خارج مركز اقتراع مع مجموعة صوتت للتو، إذ يسأل المراسل: هل لي أن أسألك لمن أعطيت صوتك؟ فيجيب الناخب (ضاحكاً) لست متأكداً، ويتابع المراسل: حقاً؟ ماالأسماء على القائمة؟ فيقول الناخب1: لا أعلم، وربما الناخب2: لا أعلم ايضاً، ما يعطي صورة مؤكدة أن الانتخابات لا معنى لها بحيث أن الناخبين غير قادرين على تحديد خياراتهم حتى بعد خروجهم من مقصورة التصويت.
- أين يسجل؟ حيث تسجيل الفوكس بوب جيداً في مناطق التجمع الطبيعي، كالأسواق ومراكز الاقتراع، ويتوجب تجنب الطرق الرئيسية أو المناطق التي يمكن أن تكون بها أصوات مفاجئة، ويمكن أن يكون التسجيل الداخلي جيداً كذلك، في كافتيريا مثلاً ولكن تأكد أن الأصوات الطبيعية لن تطغى على أصوات ضيوفك، فقد ترغب في استخدام التحكم الآلي للصوت في جهاز تسجيلك Automatic gain control بدلاً من القلق بشأن مستويات الصوت لديك.

- افحص الموقع المختار قبل البداية وفكر في سلامتك، ومن الممكن أن يحدث الزحام سريعاً حول الكاميرا أو جهاز التسجيل، خاصة إن كنت تستطلع الآراء حول قضايا مثار جدل، وتأكد من معرفتك لطريق مخرج الطوارئ وعدم تورطك وسط مجموعة أو أمام جدار، مع التفكير في إحضار زميل معك حتى يراقب ويسمع لك أثناء قيامك بالتسجيل.
- استهدِف أصواتاً متنوعة "شباب وكبار السن، ذكور وإناث"، فرغم أنك قد تقصد مجموعة معينة كالطالبات في جامعة معينة، قد يكون لطيفاً توجيه سؤالين لتحديد الشخصية، ومن المفيد هنا معرفة أن ذلك الشخص مزارع أو مدرس، وما إن كان عمره 94 أو إن كان سار مسافة 10 كيلومترات ليصل إلى السوق اليوم، فمثل هذه التفاصيل تخلق القصة وتعطي السياق.
- راعِ القوانين واللوائح المحلية. فعليك معرفة القيود القانونية مثل البث خلال فترةالانتخابات على سبيل المثال أو التسجيل في الأماكن العامة، حيث كان يُطلب مثلاً في جمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق عادة الحصول على تصريح من مدير السوق قبل التسجيل، كذلك التسجيل قرب القواعد العسكرية ومناطق الحدود بين الدول وغيرها من المناطق الحساسة التي يمكن أن تكون خاضعة لقيود.
- عند تغطية نتائج استطلاع الرأي تأكد من/ وذكر ما يلي:

✓ من موّل الاستطلاع.
✓ اذكر الأسئلة والإجابات عليها.
✓ عرّف العينة "وطنية، أو متخصصة".
✓ حجم العينة.
✓ نسبة الخطأ.
✓ طريقة أخذ الرأي.
✓ مدة إجراء الاستطلاع.

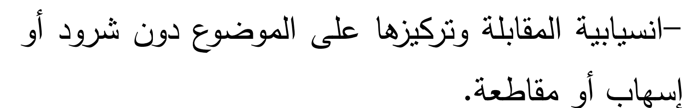
مقابلات المؤتمرات الصحفية التليفزيونية: ولا تختلف عن مقابلة المؤتمرات الصحفية إلا من حيث طريقة الإنتاج، فهي مقابلات جماعية يلجأ إليها منظموها كبديل عن المقابلات الفردية مع وسائل الإعلام كل على حدى، فبعد إلقاء بداية المؤتمر بيان صحفي يبدأ طرح الأسئلة، وقد لا يتسع وقت المؤتمر للإجابة على أسئلة كل الصحفيين ففي كثير من الأحيان يلجأ منظمو المؤتمر إلى أسلوب إعداد قائمة بأسماء المراسلين، الذين يسمح لهم بطرح الأسئلة، ليس على طريقة من يحضر أولاً يخدم أولاً، لكن بإدراج أسماء ممثلي شبكات التلفزة الرئيسية والكبرى أولاً، وهذا يعني تراجع فرص طرح الأسئلة أمام ممثلي وسائل الإعلام الأقل شهرة، لذلك فإن أفضل طريقة للتعامل مع هذا الوضع تثبيت الميكروفون الخاص بالقناة التي تعمل بها على المنصة الرئيسية ملتصقاً ما أمكن بالميكروفون الرئيسي ثم الاكتفاء بأخذ لقطات عامة للمؤتمر والحضور، ثم ترتيب مقابلة خاصة بك مع المتحدث الرئيس في المؤتمر

الصحفي فيما بعد، وإذا كان ذلك صعباً أو مستحيلاً فما عليك إلا أخذ فرصة بمزاحمة بقية المراسلين على طرح سؤالك الخاص أثناء فتح مجال للأسئلة.

ب–مقابلات داخل الاستديو:



وهي لا تختلف عن مقابلة الموقع فقط كون الأولى مباشرة والثانية مسجلة، لكن لأن مقابلة الاستديو تتأثر بالجو العام للاستديو الذي تسطع فيه الأضواء، وتتزاحم الكاميرات، ويسيطر فيه الشعور العام بالبيئة الاصطناعية المحيطة، ما يؤدي لاتخاذ المقابلة طابع المواجهة بشكل عام، ولعل مهارة إجراء المذيع المقابلة داخل الاستديو تظهر من خلال:



–انسيابية المقابلة وتركيزها على الموضوع دون شرود أو إسهاب أو مقاطعة.



- انتزاع أهم ما عند الضيف من معلومات أو مواقف كالتزام وواجب تجاه الجمهور.
- تجنب الوقوع في الأخطاء النحوية أو التحريرية التي يصعب تصحيحها.
- تغطية جميع جوانب الموضوع في حدود الوقت المتاح للمقابلة.
- تجنب العدوانية والخشونة في التعامل مع الضيف.
- لا يظهر المذيع أمام الجمهور في حال تراجع وضعف.

وتضم المقابلات داخل الاستديو عادة الأنواع التالية:

- **مقابلات واحد + واحد:**



وهو شكل غالبية المقابلات (مذيع وضيف) ويكون تصميم الديكور فيها بطريقة توحي بالمواجهة نوعاً ما، وليس بالجلسة الحميمية التي توحي بالتوافق، أي أن يكون الضيف في مواجهة المذيع وليس جالساً بجانبه، لأن جلوسهما جنباً إلى جنب يعني ظهورهما على الكاميرا طوال الوقت في وضع بروفايل، وبالتالي يشعر المشاهد أنه مستثنى، طالما أن الضيفين يتحدثان لبعضهما البعض، وتوزيعها في الاستديو يجب أن يظهر الضيف متحدثاً إلى المذيع والجمهور في الوقت ذاته، وهذا يمكن تحقيقه بأن تكون كاميرا للضيف وكاميرا ثانية للمذيع، بينما الكاميرا الثالثة تظهر الاثنين معاً.

- **مقابلات واحد + اثنين:** إجراء مقابلة مع ضيفين تتطلب تركيزاً مضاعفاً بسبب الحاجة إلى التوازن في توزيع الأسئلة والوقت بين الضيفين، حتى لو كانا يمثلان وجهة النظر نفسها، فالتوازن يقتضي بأن يتاح لكل منهما التعبير عن رأيه ووجهة نظره، والتوازن لا يعني سؤال ذات السؤال للضيفين على التوالي، أما بخصوص ترتيب الجلسة وفي حال وجود ثلاثة كاميرات فإن جلوس الضيفين بجانب المذيع جنباً إلى جنب يتيح للكاميرا أن تظهرهما في لقطة واحدة، بينما الكاميرا الثانية تتولى إظهار المذيع، والضيوف أما الثالثة فتكون مخصصة للمذيع.
- **مقابلات واحد + أكثر من اثنين:** وتدعى مقابلات الجماعة.

5) تصنيف الأحاديث التليفزيونية استناداً على ضوء المشاركين فيها:

وتتضمن هذه الأحاديث الأنواع الثلاثة التالية:



الفردي: Individual.

الثنائي، والدائريCircular، وهو شكل يختلف عن الحوار الندوة مع كبار المتخصصين في الشؤون السياسية أو الاقتصادية، كونها تتناول زاوية محدودة أو صغيرة Simple Interviews، فهي حوارات بسيطة(كحوار مع أب وابن) تتطرق إلى الموضوع من جوانبه.

الحوارات المركبة:.Complex Interviews

الخلاصة

تعدد أنواع الحديث الصحفي بأشكاله المختلفة، سواء من حيث تصنيف الأحاديث استناداً إلى عدد من الأسس، كمضمون الأحاديث للمواضيع العامة، والمتخصصة، وكالتصنيف وفقاً لأعداد المتحدثين (الفردي والمواجهة لشخصين والجماعة)، والتصيف وفقاً لطبيعة إجرائها كالحديث المباشر وحديث المؤتمر، ولعل التصنيف الأبرز والأشهر الذي قدمته الوحدة الذي يستند على الركائز التقليدية للحديث ويقسمه إلى حديث المعلومات (الخبري) وحديث الآراء (الرأي) وحديث الشخصيات الذي يدعى بحديث التسلية والإمتاع (الشخصية)، ومن هنا يتجلى التصنيف القائم استناداً لرسمية الشخصية المقابلة، مقابل تصنيف الأحاديث استناداً لوسيلة المقابلة، (حديث تليفزيوني وإذاعي وصحفي وإلكتروني حديث الهاتف والفاكس)، كما عرضت الوحدة لأنواع الحديث التليفزيوني وأشكاله المختلفة، استناداً لأسلوب عرضه، واستناداً لطبيعته وأهدافه وغاياته، واستناداً لقوالب برامجه وأشكاله الفنية، واستناداً لمكان إجرائه وتسجيله، وعلى ضوء المشاركين فيه، فجاءت المقابلة المعلوماتية واستطلاع آراء الجمهور (الفوكس بوب) والمقابلة المتعلقة بالواقع، والمقابلة الاستعراضية، والفيلم التسجيلي والحديث الاستعراضي والسرد التاريخي، مع التمييز بين برامج الندوات والمناقشات التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في وجهات النظر، وبرامج المناقشات الذي يبرز الخلاف في الآراء.

المراجع

1. محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها – تحريرها – نشرها، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984.
2. يوسف مرزوق، المدخل إلى حرفية الفن الإذاعي، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1975
3. يوسف مرزوق، فن الكتابة للراديو والتليفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
4. كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، جدة، دار الشروق، 1987.
5. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1982.
6. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.
7. عيسى محمود الحسن، "المقابلة والتحقيق الصحفي"، عمان، دار زهران، 2013.
8. محمد معوض، فنون العمل التليفزيوني، الأردن، دار الطباعة الحديثة، 2012.
9. حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الإعلامي، القاهرة، دار فكر وفن، 2010.
10. أمير تاج الدين، الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2009.
11. جوليا بارتن، نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
12. جيمس ك. فان فيليت، قوة المحادثة، "مفتاح النجاح مع الناس"، مكتبة جرير، 2007.
13. ستيفن كوفي وآخرون، الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات، مكتبة جرير، 2008.
14. لينين واكس مان، تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
15. محمد مرعي، الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009.
16. نايت سيتيزن، نيوز نتوورك، إجراء المقابلات الصحفية، دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
17. هاريسون مونارث ولارينا كاس، المتحدث الواثق، مكتبة جرير، 2008.
18. سيد أحمد الناغي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 1988.
19. شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986.
20. عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008.
21. رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، القاهرة، مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005.

22.صلاح عبد الحميد، فن المؤتمر الصحفي، ط1، القاهرة، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، 2009.

23.فيل أولت، تعريب أحمد قاسم جودة، وراء الأخبار ليلاً نهاراً، القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983.

24.ريتشارد بيكهار، تعريب بهجت عبد الفتاح، كيفية التخطيط للمؤتمرات الصحفية وإدارتها، القاهرة، دار القلم، 2002.

25. Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985).
26. http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284
27. https://www.youtube.com/watch?v=7BKm0IEycyw

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

السؤال الأول:

أبرز تصنيفات الحديث الصحفي وأكثرها تقليدية تضم:

A. نوعان رئيسيان فقط.
B. ثلاثة أنواع رئيسية فقط.
C. أربعة أنواع رئيسية فقط.
D. خمسة أنواع رئيسية فقط.

الإجابة الصحيحة:b ثلاثة أنواع رئيسية فقط

السؤال الثاني:

تدعى برامج Vox Pop في الحوار التليفزيوني:

A. الحوارات الطرقية.
B. استطلاعات الرأي العابرة.
C. الحوارات الاقتباسية.
D. الحوارات الشعبية.

الإجابة الصحيحة:d الحوارات الشعبية

السؤال الثالث:

حوار المؤتمر الصحفي يوجد:

A. الصحافة فقط.
B. التليفزيون فقط.
C. الصحافة والتليفزيون فقط.
D. كل الوسائل الإعلامية.

الإجابة الصحيحة:d كل الوسائل الإعلامية

السؤال الرابع:

تدعى برامج التوك شو الحوارية:

A. الحديث الكشفي.

B. الحديث الجماهيري.

C. الحديث الاستعراضي.

D. حديث رؤية الكلام.

الإجابة الصحيحة:c الحديث الاستعراضي

الوحدة التعليمية الرابعة
صناعة الحديث التليفزيوني
وخصوصية إنتاجه وأسسه المرئية

العناصر:

أولاً: عناصر الحوار التليفزيوني والإذاعي.

ثانياً: أسس الحديث التليفزيوني وسماته الفنية والتقنية.

ثالثاً: القواعد العامة لإجراء الحديث التليفزيوني.

رابعاً: الحوار التلفازي وعناصره الأساسية.

خامساً: لغة الحديث التليفزيوني السمع–بصرية.

سادساً: العوامل التي تتحكم في تقنية إجراء الحوار التليفزيوني.

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يميز عناصر الحوار التليفزيوني والإذاعي
2. يشرح أسس الحديث التليفزيوني وسماته الفنية والتقنية، وخاصة التفاعلية منها وعلاقة الصحفي بالكاميرا والضيف
3. يشرح القواعد العامة لإجراء الحديث التليفزيوني
4. يحدد قواعد الحوار التلفازي وعناصره الأساسية
5. يشرح لغة الحديث التليفزيوني السمع–بصرية، ويدرس اللغة اللفظية مقابل اللغة غير اللفظية، ومعانيها الدلالية
6. يشرح دلالات لغة الجسد في هذا الحوار السمع–بصري
7. يشرح العوامل التي تتحكم في تقنية إجراء الحوار التليفزيوني

الكلمات المفتاحية للوحدة:

عناصر الحوار التليفزيوني – أسس الحديث التليفزيوني– قواعد الحديث التليفزيوني – عناصر الحوار التلفازي – لغة الحديث التليفزيوني – اللغة اللفظية – اللغة غير اللفظية – لغة الجسد – الإيماءات الحوارية – الكاميرا في الحديث التليفزيوني – اللغة الدلالية للحديث التليفزيوني – تقنية الحوار التليفزيوني.

أولاً: عناصر الحوار التليفزيوني والإذاعي:



بالنظر للخصائص والسمات التي يتميز بها التليفزيون، وخاصة المرتبطة بطبيعته السمع- بصرية، والانتشار، والإتاحة، والاعتماد اليومي (التعرض المنتظم)، كانت أحاديث الحوار المرئي أبرز القوالب التي تقدم لمناقشة القضايا والظواهر ذات الأهمية للمتلقين، فالجمهور دائماً يحتاج إلى ما يحمله شخص ما، نحو موضوع ما، بلغة وطريقة ما، وهذا يحدد لقالب الحوار التليفزيوني سماته البصرية والتقنية حسب عناصره الأساسية، القائمة بالدرجة الأولى على ميزة لا تمتلكها أي وسيلة أخرى وهي التفاعلية بين (المحاوِر/ الصحفي والمحاوَر/ الضيف)، واللغة التي تتعدى اللفظية لتصل البصرية، ولغة الجسد، وحتى الصمت، فللحديث أسس وقواعد وأشكال وقوالب تميزه عن غيره من أشكال الحوار الأخرى، ترتكز على أشكال الإنتاج التليفزيوني بصفة عامة، وتختلف أساليب تنفيذه حسب الخصوصية التكنولوجية للوسيلة، ما يجعل الصحفي منه، غير الإذاعي، غير المرئي، انطلاقاً من أن لكل وسيلة طبيعتها وخصائصها، وجمهورها، ومن ثم تختلف أساليب إعداد وتنفيذ أساليب المقابلة وفقاً لهذه المعايير.

ومن هنا يمكن تحديد عناصر الحوار التليفزيوني والإذاعي كما يلي:

1) المذيع المحاوِر "Interviewer".
2) موضوع الحوار "Topic".
3) الضيف "Interviewer".
4) الأسئلة "Questions".
5) الأجهزة "Recording Machine and Microphone and Camera".
6) الزمن "Time".
7) المكان "Location".
8) لغة الحوار اللفظية والجسدية "Language and Body Language".

ثانياً: أسس الحديث التليفزيوني وسماته الفنية والتقنية:

1. المقابلة ليست إلا هدفاً أو غرضاً من أغراض المحادثة، "Conversation" وتشمل العديد من خصائص المحادثة مثل:
   - الانسيابية أو التدفق الحر "Free Flowingness".
   - تبادل الرأي في الحوار "Exchange".
   - الحديث الطبيعي "Natural Speech".
   - التلقائية أو العفوية "Spontaneity".
2. إذا كان الوقت بمثابة غول بالنسبة للحوار الصحفي، فإنه طاغية بالنسبة لحوار الإذاعة والتليفزيون، ما يجعل الحوارات التليفزيونية قصيرة وذات إيقاع سريع، فالوقت الذي يفرض تنظيمه الدقيق والبرمجة الصارمة للبث، تقييداً حديدياً للوقت المخصص لكل مادة، ولهذا أهمية عامل الوقت في الحديث التليفزيوني مقارنة بالحديث الصحفي تفرض وجوب التقيد بالوقت المخصص لإدارة وإجراء الحديث، سواء كان على الهواء مباشرة أو عند إجراء التحرير الصوري والمونتاج للحديث المسجل مسبقاً.
3. تصبح أنواع الحوارات والمقابلات في التليفزيون استعراضية أكثر، لتشمل كل وظائف المقابلة أحياناً من جمع معلومات وآراء واستعراض شخصيات عبر برنامج حواري يمتد لساعة تليفزيونية أحياناً، وهنا يستوجب حسن اختيار الشخصية المحاوَرة التي ستغطي مع الصحفي كل هذا الوقت.
4. ثمة فروق بين الحوارات الصحفية والحوارات الإذاعية والتليفزيونية، فالحوارات الإذاعية والتليفزيونية تكون إما على الهواء مباشرة أو مسجلة على وسيط تسجيلي في الأستوديو، أو بالتلفون، أو في مكان الحدث، بينما في الصحافة فلا يمكن أن تقدم على الهواء.
5. يعتبر محاوَر الحديث التليفزيوني جزءً من الحوار، وهذا مالا يتاح لمحاوَري الصحف، ففي أغلب الأحيان يستطيع الجمهور في المرئي أن يرى ويسمع الأسئلة محور الحوار التي يوجهها الصحفي إلى المتحدث في الحوار، بينما قارئ الجريدة أو المجلة نادراً ما يعرف حقيقة الأسئلة التي أدت إلى الموضوع الذي يقرأه، وصنعت القصة أو الرواية، كما أن محاوري التلفزيون غالباً ما يشاهدون أثناء الحوار سواء أكان هذا الظهور بوجه المحاور بالكامل على الشاشة، أو جزء من كتفه أو صورته.
6. الصحفي التليفزيوني وحيدٌ وليس وحيداً: فثمة فريق يعد ويساعد الصحفي التليفزيوني في رحلة الإعداد للحديث، لكن في اللحظة التي يبدأ فيها التصوير يصبح الصحفي التليفزيوني وطوال مرحلة إدارة الحوار وجهاً لوجه أمام الضيف والمشاهدين، عكس الصحفي في المطبوع والمكتوب الذي يجري حواره ثم يكتب نصه ويخضعه للمراجعة والتحرير والتقييم والتعديل والرقابة من قبل مسؤوليه، ما يجعله يستطيع الاستعانة بمراجع مختلفة لإغناء مادته.

7. للمتحدث/ الضيف دور في الحوار المذاع يختلف أيضاً عن الحوار المكتوب، فبعض الناس يتوقون إلى الظهور أو الحديث على الهواء. لكن في بعض الأحيان تجد متحدثاً يستطيع أن يتكلم بسهولة مع الصحفيين، لكنه يتردد كثيراً في إجراء حوار مع التلفزيون، والتحدث أمام الكاميرا.
8. الخاصيتان السابقتان للضيف والمضيف تطرح قوة الحضور، بمعنى توظيف الحديث التليفزيوني إلى قوة حضور الصحفي الكفء الذي يعرف ما يريد، مقابل قوة حضور الشخصية التي تمتلك ما يريد الصحفي وما يسعى للحصول عليه من معلومات وآراء وتوضيحات، خاصة أن المشاهد يتأثر أولاً بقوة حضور الشخصية وبأسلوبها في الحديث ومنهجها في التحليل أكثر من تأثره بالأفكار المجردة.
9. الحوار التليفزيوني يعرض أكثر ما يقدم من معلومات، بمعنى أنه يسمح للجمهور أن يسمع ويرى الانطباعات التي تظهر على كل من المحاور والمتحدث، فانطباعات المتحدث، تبدو كما هي طبيعية، ولهذا فإن وصف المتحدث أو انطباعاته، كما تفعل حوارات الصحف، تصبح غير ضرورية، فالتليفزيون يقدم صور فورية للعواطف والمشاعر لشخصية المتحدث، ويمكن أن يطلق على هذا الشكل الذي يقدمه التليفزيون "الاقتباس الحي الذي هو "خلاصة تجسيد العواطف والفورية لما يقوله المصدر أو يفعله، بينما المقابلة الصحفية تقدم ما يقوله المصدر، (نقلاً عن الصحفي المتحدث).
10. إن الاقتباس الحي يفرض خاصية القيم البصرية في الحوار التليفزيوني التي لها أهمية خاصة، صحيح أن اللغة اللفظية من حوار مهمة كركن أساسي من أركان الحديث لكن هذا لا يلغي قيمة اللغة البصرية في إيضاح واستكمال المعنى والرموز.
11. يرى البعض أن الأحاديث التليفزيونية ذات بنية هرم مقلوب، بمعنى أن الصحفي يتوجه مباشرة إلى هدفه، وربما مبتدئاً بالسؤال المركزي والهام.
12. غالباً ما تقدم هذه الأحاديث ضمن مواد وبرامج أخرى (إخبارية أو وثائقية أو تحقيقات ضخمة)، وقلما تقدم لوحدها كمادة مستقلة.
13. ينجح في المقابلات التليفزيونية استخدام أسلوب جول Goal، وهو أسلوب يفيد في صياغة أسئلة خاصة بالصور الواقعية للأشخاص والقضايا وأخبار البرامج الجديدة ورصد المعوقات والتنبؤ بالخطط والإنجازات الجديدة. ويقوم على طرح التساؤلات مرتبة حسب الترتيب التالي: الأهداف G= gools، والمعوقات O= obstacles، والإنجازات A= achievement، والتعبئة والتدبير L= Logistics.
14. يعتمد الحديث التليفزيوني مبدأ الشخص الثالث: فهو يجرى بين صحفي وضيف لكن دون إهمال أن الصحفي هنا يمثل المجتمع أو الجمهور المعني (الشخص الثالث) الذي يجب أخذه بعين الاعتبار في مختلف مراحل الإعداد للحديث التليفزيوني.
15. الأداء والتمثيل، فالحديث التليفزيوني دراما صغيرة تمتلك مختلف العناصر الدرامية من نص وحوار والشخصيات والإخراج والحركة والإضاءة والديكور وتطور الحدث والذروة والحلول والنهايات، لذلك

فالحديث التليفزيوني ليس مجرد إعادة بناء الواقع الاجتماعي اليومي، لكنه عرض وتقديم نظام آخر خاصة بواقع فوق الطبيعي.

16. العرض؛ حيث يتميز الحديث التليفزيوني على العرض "To Show" من أن يقص أو يروي أو ينقل "To Tell" فالمهم ماذا يقول الصحفي أو ضيفه لكن من الأهم كيف يقول وبأي مظهر.

17. الإدراك الحسي: يعود سبب خصوصية أو تميز العرض التليفزيوني لبيعه الإدراك الحسي للبث التليفزيوني والناجمة بدورها عن السمات الطبيعية الخاصة والمميزة للتليفزيون كوسيلة لعكس الواقع، فالحديث التليفزيوني سيل من الصور مرتبط ومندمج بالكلام.

18. النص المكتوب، فالحوار الحي الوسيلة التعبيرية الأساسية في الحديث التليفزيوني، والشخصية الأساسية فيه الصورة المرئية للمتحدث، فالبناء المنطقي وأسلوب النص المكتوب مسبقاً يختلفان جذرياً وجوهرياً عن الحديث الشفهي والمواجهي، الذين يحتويان جملاً غير كاملة، كما أن التنقيط فيهما يتم بواسطة الوقفات الضرورية لإيجاد الكلمة المناسبة، والشاشة تسمح بهذه الوقفات وتبررها، وتظهر أيضاً كيف تولد الفكرة، ولهذا يحاول الصحفي والمخرج أن ينقلا للمشاهد أسلوب وطريقة ولهجة المتحدث، أما النص المكتوب الذي قد تستخدمه الشخصية عند تقديم أجوبتها فإنه يمنعها من التفكير أمام الكاميرا.

19. يمكن الحوار التليفزيوني من إجراء الحديث داخل منزل الشخصية التي يحاورها، وهذا مفضل لبعض الصحفيين، لأنهم يعتبرون جو المنزل يساعد على جمع معلومات كثيرة ومهمة عن الشخصية، فديكور منزله، وتموضع احتياجاته، وطريقة تعامله مع المحيطين به، كلها منبآت إضافية هامة، يمكن الاستشعار بها في جو الحديث التليفزيوني، لكن بالمقابل هناك من يميل إلى إجراء الحديث داخل المحطة، لأن المرتكزات هنا تنقلب فالضيف يصبح الشخص المحاوَر والمضيف الصحفي، عكس السابق، وهذا له دلالاته بوجوب الاحترام وحق الضيف، وكيفية التعامل معه، ووجوب عدم استفزازه، أو إيصاله لنقطة الندم عن الاستقبال، وعن ما قاله في هذه الاستضافة.

20. خلص التليفزيون من إشكالية طلب المتحدث عدم التصريح بالنشر "OF THE RECORD"، ومن وجائبها الأخلاقية، وما قد تسببه من مشكلة لدى إدارة المؤسسة التي ترى أن أهم ما في الحديث، ما طلب بعدم نشره، فالتليفزيون صورة وصوت لا يمكن طلب إيقاف مسجل أو منع صورة، والتعدي لطلب إيقاف الكاميرا كبير، لأن مع الصحفي جيش من التقنيين الذين يستمعون، وبالتالي لا مجال ولا معنى لطلب السرية.

21. تتم هذه الأحاديث، وخاصة القصيرة منها على مرحلتين: الأولى تسبق الكاميرا والتصوير، ويحاول فيها الصحفي تقديم المادة الكلامية التي تعطي رؤية خاصة للموضوع، أما المرحلة الثانية، والتي تجري أمام الكاميرا، وغالباً ما تكون الكاميرا محمولة، وفي هذه اللحظة يطرح الصحفي سؤاله بهدف الحصول على المادة الكلامية المناسبة.

22. يمكن أن تتضمن هذه الأحاديث مقاطع فلمية مصورة، فالشاشة تقدم صوراً، يتم التعليق عليها (Voice–Over)، وخاصة عندما يريد الصحفي تقديم أمثلة، أو توضيح أمكنة، أو شرح أوضاع معينة.
23. إذا كانت هناك حواجز في الحوار الصحفي متمثلة في الورق أو جهاز التسجيل، فهي في الحوارات التلفزيونية تفوق بكثير، فهي تتمثل في جهاز التسجيل والميكروفون، والكاميرا والإضاءة، وأجهزة الصوت، والفنيون الذين يصحبون هذه الأجهزة.
24. إن السمة السابقة للحديث التليفزيوني تطرح أسس وقيمة الاعتبارات الفنية؛ إذ يقود الصحفي التليفزيوني غالباً فريق عمل كامل، وفي المقابلات التي تجري في الاستديو يواجه وضيفه تعقيدات وأجهزة ومعدات وأضواء، ويتعامل بتفهم مع تعليمات المخرج والمنتج والمصورين، وعليه أن يسيطر على ذلك كله ويتصرف بعفوية وطبيعية وعليه في الوقت ذاته، أن ينقل هذا الإحساس إلى ضيفه، ويساعده على التخلص من القلق والتوتر الذي يسببه جو الاستديو، وعليه تقول "مارغريت لاين" الصحفية الأمريكية: "كنت شديدة القلق بسبب إشارات التوقيت ومعرفة الكاميرا التي يجب أن أواجه إلى درجة أنني نسيت أن أستمع إلى الأجوبة عن أسئلتي، ومن الصعب توجيه أسئلة متابعة حية حين لا يكون لديك أي فكرة عما يجب أن تتابع".
25. المسائل الفنية: ومن أهم هذه الاعتبارات والمسائل الفنية المتعلقة بالحديث التليفزيوني التي يجب على صحافييها معرفتها وإتقانها، حسب "أديب خضور":

- إذا كانت المعلومات الناجمة عن الحوار بين الصحفي والشخصية سيراها ويسمعها جمهور التليفزيون فإن عملاً مناسباً يجب أن ينفذ لنقل وتسجيل الحديث صوتاً وصورة.
- إن وضع الميكرفونين للصحفي والضيف منفصلين في مكان مناسب هو الوضع المثالي لإجراء الحديث.
- ما لم يكن الحديث مسجلاً في الاستديو فغالباً ما يستبعد أن يكون تحت تصرف المعد أكثر من كاميرا واحدة.
- نجم عن قرار معد البرنامج إجراء الحديث الذي يكون فيه وجه الشخصية هو المرئي، الأكثر أهمية: ضرورة أن توضع الكاميرا في مكان بحيث تعطي منظراً أمامياً واضحاً وثابتاً لوجه الشخصية والمقصود بالوضوح عدم إمكانية مرور أي شيء بين العدسة والشخصية وأن ما يشاهد خلف الشخصية لا يؤدي إلى إضعاف تركيز المشاهد أو تشتيت انتباهه.
- المقصود بالاستقرار فهو يجب أن توضع الكاميرا على ركيزة ثلاثية القوائم أو أن تمسك باليد بمرونة ونعومة وتملك إمكانية الحركة بخفة وسهولة لرصد أي حركة يقوم بها رأس الشخصية التي يجرى الحديث معها.

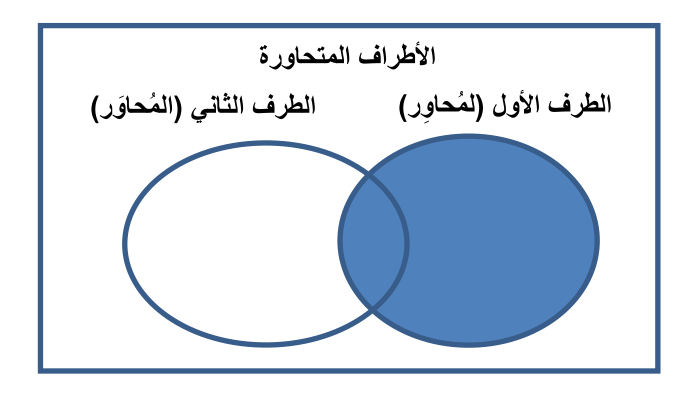
- إن ضرورة كون المنظر الأمامي (مواجهي) ناجم عن أهمية وضرورة أن تظهر عينا الشخصية الاثنتين في غالبية الوقت الذي يأخذه تسجيل الحديث.
- العنصر المرئي التالي في الأهمية بعد وجه الضيف هو وجه الصحفي الذي يجري الحديث إذا كان لدى معد البرنامج كاميرتان فليس ثمة أي مشكلة، إذ يمكنه تثبيت الكاميرا بحيث تقدم منظراً أمامياً (جبهياً) للصحفي، وهذا قطعاً مستحيل حالة وجود كاميرا واحدة.
- يمكن إجراء الحديث سواء إذا كان الطرفان (المحاوِر والمحاوَر) جالسين أو واقفين أو سائرين، رغم أن الشائع أن تجري الأحاديث الطويلة في وضع الجلوس.
- لأسباب تقنية "فنية ونفسية" فإن عناية خاصة يجب أن تعطى لمسألة اختيار نموذج الكرسي الذي تجلس عليه الشخصية محور الحديث، وعموماً الكرسي الدوار أو المتحرك يجعل من السهل للشخصية العصبية أن تتحرك من جانب إلى آخر.
- يجب أن تكون عدسة الكاميرا عالية عن مستوى سطح الأرض تماماً بقدر ارتفاع وجه الشخصية، أما إذا كان مستواها أعلى أو أخفض في وجه الشخصية فإن المشاهدين ودون أن يدركوا ذلك سيشاهدون الشخصية بشكل مختلف، فإذا كانت عدسة الكاميرا أعلى من وجه الشخصية وتبدو كأنها تنظر من الأعلى يمكن أن تجعل هذه الشخصية تظهر خاضعة أو مستسلمة أو خائفة، أما إذا كانت عدسة الكاميرا أخفض من مستوى الشخصية فإن هذا الوضع يجعل الشخصية تبدو وكأنها مسيطرة وبالغة الأهمية.
- يجب بذل عناية خاصة في عملية تركيب (تأليف وتنسيق) اللقطة، وإذا كانت الشخصية تنظر إلى يمين الكادر فإن وجهها يجب أن يحتل مركزاً (مكاناً) يكون مركزه على يسار الكادر، وإذا كان الصحفي ينظر إلى يسار الكادر يجب أن يحتل رأسه مكاناً يقع إلى يمين الكادر.
- اللقطات القريبة هي العنصر الأكثر أهمية، في الأحاديث التليفزيونية، فإن حاجباً مرفوعاً أو ابتسامة مراوغة غالباً ما تكون أكثر مقدرة على التعبير من الكلام الذي يرافقهما، وإذا كانت اللقطة تتشكل من أشياء أكثر من وجه وكتفي الشخصية التي يجري الحديث معها فإن هذه التفاصيل الحركية أو التعبيرية التي تظهر على وجهه يمكن أن تضيع على المشاهد، ومن جهة أخرى يجب التأكيد على ضرورة استخدام اللقطات القريبة الكبيرة باقتصاد، فهي السلاح الأعظم لدى الكاميرا، وبالتالي إذا لم يكن هناك سبب قوي لرؤية الوجه أو أي تفصيل أو تعبير على هذا الوجه من الضخامة يجب تجنب استخدام اللقطة القريبة.
- معرفة الفرق بين لقطة قريبة متوسطة الحجم ولقطة قريبة أخرى كبيرة الحجم، ففي بعض الحالات وحين تستخدم الشخصية المحاورة يديها في النقاش قد يكون من المناسب جداً عندئذ استخدام اللقطة قريبة متوسطة الحجم.

- حال وجود كاميرتين لتصوير الحديث فليس ضرورياً أومرغوباً أن يحصل قطع بين الشخصية والصحفي عند توجيهه كل سؤال، ومتى يستخدم هذا القطع يعود لذوق المخرج، لكن القاعدة الهامة بهذا الصدد أنه من الأفضل أن تبقى الكاميرا على وجه الشخصية حين يكون الصحفي يوجه سؤاله إليها، كما أنه من غير المفضل أن تقطع على وجه الصحفي وهو يوجه سؤاله؛ إذ يجب أن يكون ثمة توازن بين اللقطات المستخدمة للصحفي وتلك المخصصة للشخصية، وإذا لم يتحقق هذا التوازن فقد يبدو أحد الطرفين هو الأكثر سيطرة على مجرى الحديث.
- حال وجود كاميرا واحدة لتصوير الحديث قد يقرر معد البرنامج أنه من أجل أن يرى الصحفي، فإن بعض اللقطات يجب أن تصور أو تسجل وذلك للتغلب على مشكلة غياب أي صورة للصحفي، وهذا يحتمه ظرف استخدام كاميرا واحدة للحديث التليفزيوني، بهدف تسجيل صوت وصورة الصحفي وهو يسأل الأسئلة التي كان وجهها أثناء إجراء الحديث، ومن ثم توضع هذه اللقطات –عبر المونتاج والتحرير– في مكانها المناسب بالحديث.
- القاعدة التي تقول أنه حين يعاد تثبيت الكاميرا يجب أن تبقى على نفس الجهة من الخط الوهمي الذي يصل بين رأس الشخصية الضيف ورأس الصحفي، وفي الحقيقة فالوضع المثالي، وضع الكاميرا في المكان نفسه الذي توضع فيه الكاميرا الثانية، وهنا يجب أن يتذكر معد البرنامج القاعدة الهامة القائلة: "إن لقطة تصوير الصحفي يجب أن تعادل وتكامل لقطة تصوير الشخصية"، فإذا كانت الشخصية التي يجري الحديث معها تنظر إلى يمين الكادر أثناء إجراء الحديث عندئذ يجب أن ينظر الصحفي حين تصوير لقطته إلى يسار الكادر، ويجب أن تتوازن خطوط النظر وزوايا الرؤوس، فمثلاً يجب أن يظهر الصحفي وهو ينظر إلى الشخصية تماماً كما كان يحدث الأمر عند إجراء الحديث.
- ما سبق يفتح المجال أنه من الممكن إعادة تقطيع أو صياغة الأسئلة أثناء إعادة تصوير لقطات الصحفي، وذلك من أجل إعطاء معنىً مختلفٍ لإجابة الشخصية، لكن من الواضح أن ذلك يطرح قضايا أخلاقية وقانونية ومهنية، ولا ينصح بإجرائها إلا بحضور وموافقة الضيف.
- لقطات الإعادة هذه تتطلب من الصحفي أيضاً مقدرة على التمثيل ومن أجل ذلك كله يفضل كثير من معدي البرامج عدم استخدام لقطات الإعادة هذه.
- لحل كل هذه المشاكل يفضل أن يكون حديث التليفزيوني أكثر من كاميرا، وذلك إما بوجود ثلاث كاميرات، الأولى تصور اللقطات المشتركة بين الضيف والصحفي، والثانية مخصصة لأسئلة ووجه الصحفي، والثالثة مخصصة لإجابات ووجه الضيف، كما يمكن الاستغناء عن كاميرا، والاقتصار على كاميرتين، الأولى تصور اللقطات المشتركة بين الصحفي والضيف، والثانية تتنقل بين الضيف

والصحفي سؤالاً وجواباً على أن تأخذ الكاميرا الأولى دورها أثناء عملية نقل الكاميرا من الضيف للصحفي، ومن الصحفي للضيف.

26. الخاصية الأهم والأبرز للحديث التليفزيوني أنه عملية اتصالية تفاعلية؛ (process interactive)؛ حيث يرى "سكانيلان" أن أفضل أنواع الحديث هو الذي يقلب الحوار إلى نوع من المحادثة، فيه نقاش متبادل ومفتوح مع المتحدث، بعيداً عن القيود الرسمية، وهذا ينطبق بالدرجة الأولى على الحديث التليفزيوني، الذي تتيح إدارة الحوار فيه التفاعلية المطلقة، عبر كل مقومات إدارتها، من طرح الأسئلة والاستماع إلى الأجوبة، وتسجيل أقواله والتفكير فيها، والتعقيب عليهاً نقداً إيجابياً أو سلبياً، إلى جانب أن إدارة الحوار تشمل كذلك تسجيل المعلومات غير اللفظية مثل مظهر المتحدث، والجو المحيط بالحديث، وتعبيرات وجهه، وردود أفعاله، ومن هنا تقول "سوزان ستامبرج" التي أجرت في حياتها الصحفية ما يربو عن سبعة آلاف حديث صحفي: "إن أفضل أحاديثي الصحفية تلك التي أستمع فيها لآراء وأفكار المتحدث بتركيز شديد، وتلك التي ألاحظ فيها بدقة زلات اللسان، والزلات المنطقية، والتناقض في الأقوال، والحماس، والتوتر في الإجابة عن أسئلة بعينها، أو عند سماعه اسم محدد، إضافة إلى مراقبة فترات صمت المتحدث، والتي بدورها قد تكشف الكثير، وبالتالي فالمحاور الجيد هو الذي يفعل أكثر من الاستماع أثناء إجراء وإدارة الحوار، فلا يقتصر على الجلوس والاستماع فقط، وإنما يجب أن يكون الصحفي يقظاً حاضر الذهن، وقادراً على تسجيل ملاحظاته حول المتحدث وتعبيرات وجهه، وطريقة تعبيره، وردة فعله عند تقديم أو سماع آراء معينة ومعلومات دون سواها، إلى جانب الأشياء المحيطة به، وهذا هو الذي يحفز على طرح مزيدٍ من الأسئلة واستنتاج أسئلة إضافية، للحصول على إجابات محددة من الشخصية المحاوَرة، ومن هذا المنطلق فإن التفاعل في الحديث التليفزيوني يتميز بأنه تفاعل ديناميكي، متغيراته دائمة التبدل، بفعل الطاقة التي تولدها مواقف ورغبات وأهداف المشاركين في عملية التفاعل هذه، وبالتالي فهو تفاعل لا يمكن أن يكون ثابتاً أو ساكناً (static)، نظراً لكونه يتضمن تبادل آراء ومعلومات وكشف مشاعر ودوافع، تؤدي بدورها إلى كشف مناطق ومجالات جديدة غير متوقعة، ومطلوب اكتشافها، وهو ما تمثله الدائرتان القادمتان الطرفين المشاركين في الحديث التليفزيوني، (المُحاوِر والمُحاوَر)، لكل طرف منهما شخصية متميزة من حيث الخبرة والتعليم والثقافة والتجارب والسلوك والمواقف والقيم، والحاجات والدوافع والأهداف، ليأتي كل منهما إلى المقابلة حاملاً معه شخصيته المتميزة ليدخل في عملية تفاعل مع الطرف الآخر، (الشخص بكامله يتحدث، الشخص بكامله يستمع)، يشكل الطرفان المحور (المُحاوِر والمُحاوَر) ذاتين متميزتين، ولكن يجب أن يعملا معاً من أجل تحقيق نجاح المقابلة، وكما أكد "ستيوارت ولوغان" لا يوجد طرف واحد يستطيع أن يسيطر بمفرده على الفعل الاتصالي، كما لا يمكن توجيه اللوم لطرف واحد على نتائج عملية اتصالية، لذلك

يجب النظر إلى الحديث التليفزيوني كعملية تشاركية وربما تعاونية، وعليه تصور الدائرتان الحديث التليفزيوني كشكل اتصالي علائقي (Relational)، يتحقق فيه الاتصال الشخصي (الاتصال ما بين شخصين Interpersonal)، وصفت هذه العلاقة بأنها "مجموعة من التوقعات الموجودة لدى الطرفين تحدد سمات نموذج التفاعل بينهما، والأحاديث التي ليس لها سياق علائقي غالباً ما تكون صعبة وذلك لأن المشاركين فيها لا يعرفون على وجه الضبط، القواعد، وبالتالي لا يعرفون بدقة كيف يجب أن يحددوا خطواتهم أثناء المقابلة، علماً أن تاريخ العلاقة وسياقها العام لا يفرضان ثباتها، لأن العلاقات لا يمكن أن تبقى ثابتة، بل تتغير عبر الزمن ومن خلال التفاعل، وكما تفاعلات الناس تتغير ، كذلك المواقف تتبدل، ومن هنا تبرز سمتان أساسيتان من سمات الحديث التليفزيوني؛ أولاهما أهمية الخبرة والمرونة، فالصحفي التليفزيوني الذي يعرف طريقاً واحداً لإجراء المقابلات سوف يرتبك أمام المعطيات والمواقف الجديدة المختلفة، وبالتالي كلما عرف طرقاً بديلة كلما أصبح أكثر خبرة ومرونة، أما السمة الثانية فهي أهمية المقدرة الاتصالية للصحفي التليفزيوني وجدارته على استخدام التغذية الارتدادية (رجع الصدى–رد الفعل Fed back)، بشكل فعال، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



ثالثاً: العوامل التي تتحكم في عملية تفاعل الحديث التليفزيوني:

تتحكم في عملية تفاعل الحديث التليفزيوني مجموعة عوامل، ويحدد أديب خضور أهمها في:

1. التشابه Similarity: تتمثل المهمة الأولى للصحفي التليفزيوني المكلف بحديث تليفزيوني مع شخصية في أن يحدد مجالات التشابه القائمة بينه وبين هذه الشخصية (المساحة التي تتطابق فيها الدائرتان)، وأن يعمل جاهداً لزيادة مساحة هذه المجالات، وتؤكد الدراسات العملية أن المعايير المشتركة (الثقافة– البيئة– القيم– العمر– الجنس–العرق– الانتماء...)، بين (المُحاوِر والمُحاوَر) من شأنها تشجيع العلاقات التواصلية وتدعمها، وأن إدراك هذه السمات المشتركة يجعل الطرفين يتفاهمان على نحو أفضل ويؤسسان خلفية ونقاط انطلاق مناسبة وإيجابية وهذا لا يعني إطلاقاً تناسي نقاط الاختلاف أو تجاهلها (المساحة التي لا تنطبق فيها الدائرتان)، بل يعني تحديدها وإدراكها والعمل على تقليصها.

2. الانشغال (التورط Involvement): ينعكس مدى انشغال (المُحاوِر والمُحاوَر) إيجابياً على عملية التفاعل، حينما يكون الصحفي والضيف معنيان بالموضوع، ومهتمان له، ومتعاطفان أو متحمسان له، وهنا تصبح عملية التفاعل أكثر حيوية ويصبح الحديث التليفزيوني أكثر جاذبية.
3. التفاهم والاحترام المتبادل: تتعزز العلاقات في الحديث التليفزيوني حين يفهم (المُحاوِر والمُحاوَر) بعضهما كأشخاص وكأدوار ومواقف وأهداف، وتسود الحديث روح "نحن" وليس "أنا وأنت" ويتركز الجهد على محور واحد لتحقيق الهدف المتمثل في معالجة الموضوع، وكشف الوقائع وإيضاح آراء ومواقف ووجهات نظر.
4. التحكم والسيطرة: تتعزز العلاقة في العملية الاتصالية حين يتقاسمها الطرفان، ولا يحاول طرف واحد أن يحتكرها، أما في الحديث التليفزيوني وبدون الإخلال بجوهر هذا المبدأ وحتى يستطيع الحديث أن يحقق هدفه لا بد أن تكون قيادة دفة الحوار في الأعم والأغلب بيد الصحفي، لكن شرط أن يتحقق ذلك بقدر كبير من فهم الموضوع وإدارة الحوار واحترام الضيف (المحاوَر).
5. الثقة: إن واحداً من المفاتيح للتحقيق وبالتالي لنجاح الحديث التليفزيوني يتمثل بثقة الصحفي – المحاوِر – بأن الشخصية –المحاوَرة– التي سيجري معها الحديث كفؤة ومقتدرة على معالجة الموضوع، وراغبة بالكشف عن الحقائق وتقديم الآراء وصادقة بكل ما تقدمه من معلومات وآراء، ومن جهة أخرى ثقة الشخصية –المحاورَة– بأن الصحفي الذي سيجري معها الحوار جدير بالحديث معه وأهل لإعطائه المعلومات والآراء، وقادر على فهمها بأمانة ودقة.

رابعاً: المسائل التي تطرحها عملية تفاعل الحديث التليفزيوني:

هناك مجموعة من المسائل التي تطرحها عملية تفاعل الحديث التليفزيوني حسب أديب خضور يمكن إجمالها بما يلي:

طبيعة الأدوار أثناء الحديث التلفزيوني:



من غير الإيجابي أن يتصور أحد الطرفين المتحاورين بأن باستطاعته التحكم لوحده وبشكل مطلق بالحديث، وبالتالي هو المسؤول الوحيد عن نجاح الحديث.

في المقابلات العادية يتوقف تحديد المواقع والأدوار أثناء المقابلة على مجمل أمور:

- خبرة الطرفين المشاركين.
- نوعية المقابلة والجو السائد فيها (دفاعي، هجومي، ودي، عدائي، بارد، دافئ، رسمي، جاف.....).

وغالباً ما يتم تبادل المواقع بين الطرفين المشاركين في المقابلة.

أما في الحديث التليفزيوني ومع احترام جوهر هذه القاعدة فإن المبادر دائماً هو الصحفي – المحاوِر – في المراحل المختلفة من عملية الخلق والإبداع في الحديث الصحفي، وتزداد أهمية حقيقة أن تبقى المبادرة بيد الصحفي أثناء إدارة الحوار، وإذا حدث تبادل في المواقع، على الصحفي التليفزيوني استعادة زمام المبادرة إلى يده، وضمان جريان الحوار في المسار الذي يحقق الهدف.

نوعية المقاربة:

المقاربة المباشرة Direct Approach:

يحدد المحاوِر بموجب هذه الطريقة الهدف من الحديث، محاولاً السيطرة على جوّه ومساره، لذلك غالباً ما يستخدم أسئلة مغلقة ومفتاحية موجهة.

وإذا نجح المحاوَر العدائي بالتحكم بتوجيه المقابلة، فإن مهمة المحاوِر استعادة السيطرة والاحتفاظ بها.

ومن أهم فوائد هذا النوع من المقاربات أنها سهلة التعلم، وتتطلب وقتاً أقصر لإجرائها، وتسهل السيطرة فيها، وتستطيع أن توفر معطيات كمية، يمكن أن تؤثر على متغيرات مثل (الصوت وتعابير الوجه والمظهر).

أما سلبيات هذه الطريقة تتمثل في عدم مرونتها، وتخفيفها دافعية المشاركة، ومحدوديتها من حيث التنوع والعمق والموضوع، وتقييدها للفنيات التي يمكن أن يستخدمها المحاوِر.

المقاربة غير المباشرة Non Directive Approach:

وهي المقابلة التي يسمح فيها المحاوِر أن يسيطر المحاوَر إلى حد ما على المقابلة، ولذلك تسود فيها الأسئلة ذات النهاية المفتوحة والأسئلة المحايدة لإعطاء المحاوَر أفضل فرصة ممكنة للإجابة كما يريد.

ويستخدم هذا النوع من المقابلات حين يكون الهدف جمع معلومات أو الكشف عن مواقف وآراء أو إيضاح أمور غامضة ومسائل معقدة،.

من إيجابيات هذه المقاربة أنها تدفع المحاوَر إلى المشاركة الفعالة وتقديم إجابات مطولة، كما تتيح للمحاوِر قدراً كبيراً من النفاذ إلى عمق الموضوع.

ولكنها بالمقابل تعاني سلبيات عدة أبرزها أنها بحاجة إلى وقت أطول لتحقيقها، وتتطلب حساسية وعمقاً نفسياً، وقد يفقد المحاوِر السيطرة على المقابلة، كما قد تزدحم بمعلومات غير ضرورية وغير مطلوبة باستطرادات لا تغني الموضوع.

إدراك (المُحاوِر والمُحاوَر):

تشير الكثير من الدراسات أن (علاقاتنا) تعود أساساً إلى (إدراكاتنا)، وأنها التي تحدد كيفية التواصل، ولذا فإنه من المهم جداً أن ينتبه طرفا المقابلة لإدراكهما الذاتي، بمعنى كيف ينظر كل طرف منهما إلى الطرف الآخر، وكل طرف منهما إلى ذاته، وبالتالي يتحدد هنا:

1. **الإدراك الذاتي:** ينجم الإدراك (التصور) الذي يمتلكه الصحفي عن نفسه عن تصورات وإدراكات اجتماعية ونفسية وفكرية وجسدية، ويتم اكتساب هذه التصورات من تجارب ونشاطات ومعتقدات واهتمامات وعلاقات وإنجازات وتفاعلات مع الآخرين.

ومن المؤكد أن الشخص الذي يقدر ذاته عالياً يبدو أكثر إدراكاً وثقة وجرأة في التعبير عن مواقفه، والمقدر نفسه بشكل أقل، يسعى دائماً للحصول على موافقة الآخرين.

لذلك من المهم جداً في الأحاديث التليفزيونية معرفة تقدير الصحفي لذاته وللآخر، فالتقييم الذاتي قد يقرر إذ كان الحديث سيجرى أصلاً، وإذا جرى هل سينجح أم لا أصلاً.

2. **إدراك الطرف الآخر:** تؤثر نظرة كل طرف للآخر على كيفية مقاربتهما للمقابلة، وعلى نوعية وطبيعة ردود فعلهما أثناء الحوار والتفاعل.

قد يتأثر تصوّر كل طرف للآخر بعامل السن أو الجنس أو الجاذبية، كما قد يتأثر بعامل الشهرة، سواء كان المحاوَر مشهوراً بقدرته على المراوغة، أو مشهوراً كشخصية اعتبارية لها وزنها.. (زعيم أو ضيف استثنائي) أو المحاوِر مشهوراً بطرحه الأسئلة المحرجة.

وعموماً فإن الإقبال على المقابلة بإدراكات وتصورات مسبقة يجب أن لا يؤثر على ضرورة توفر المرونة في النظرة، والقدرة على التلاؤم وتغيير النظرة أثناء المقابلة، إذ قد تتأثر النظرة بالطريقة التي تبدأ بها المقابلة، أو بمظهر الطرف الآخر، أو بسلوكه وتصرفاته، أو بالمعلومات التي يقدمها، أو بالحجج التي يكشفها.

مستويات التفاعلات الاتصالية:

يوجد في كل مقابلة نوعان من التفاعلات الاتصالية (اللفظية وغير اللفظية)، إضافة إلى وجود ثلاثة مستويات من التفاعلات الاتصالية، تتوزع وفق التالي:

تفاعل المستوى الأول:

يحدث بين طرفين غريبين تماماً عن بعضهما، ومتناقضين، ومتفاوتي الأهمية، وبالتالي يتعامل هذا النوع من التفاعل مع المناطق الآمنة نسبياً، والقضايا غير الخطرة، التي يسأل الصحفي عنها الشخصية الضيفة، (كالسكن، والهوايات والإنتاج، ودورات التأهيل.....)، وذلك لأن السؤال عن مثل هذه الأمور ينتج أجوبة آمنة ومقبولة اجتماعياً، ومناسبة، وربما طموحة.

فالتفاعل الاجتماعي "كبابٍ مجازي"، يشكل في مستواه الأول –إذا كان موارباً– مجالاً يسمح بالتعبير عن أفكار عامة، ومشاعر سطحية، ومعلومات أساسية لتمر عبره، وقد يغلق الباب بسرعة إذا تحرك المحاوِر نحو الأماكن الخطرة بسرعة.

وفي الأحاديث التليفزيونية تشير الاتصالات في مستوى التفاعل الأول هذا غالباً إلى اللحظات الأولى من الحديث (التي يجهل المتقابلين بعضهما)، حيث يكون كل طرف منشغلاً في دراسة وتقدير وتخمين موقف

الطرف الآخر، ما يفرض طبيعة أسئلة بداية ستعرف لاحقاً بكسر الجليد على شاكلة: كيف الأحوال؟ كيف وضع الشركة؟ هل أنت مرتاح بجو المقابلة؟ مع إبداء سعادة المحاور للإجابات الإيجابية.. وهذه ما تدعى بالأسئلة غير الخطيرة.

تفاعل المستوى الثاني:

تتعامل أسئلة هذا المستوى مع مناطق أكثر شخصية، ومع مسائل أكثر إثارة للخلاف أثناء الحوار، وذلك مثل التعليم والخبرة المهنية والتجارب وقضاء أوقات الفراغ والسلع المفضلة، وبالتالي تعبر عن خطوة أعمق بالتنقيب في حقول العموميات والأفكار والمواقف والمعتقدات والمشاعر، ولذلك تميل الاستجابات لأن تكون نصف آمنة، ونصف كاشفة، بحيث توضح أن المحاوَر يريد أن يتعاون دون أن يصرح بالكثير.

وحسب باب المستويات المجازي يكون الباب نصف مفتوح بالنسبة للمتفائل أو نصف مغلق بالنسبة للمتشائم، وهذا يتوقف على مقدار المعلومات والأفكار المصرح بها التي تمر عبره، وبالتالي فالإقدام على مخاطرة أكبر بالنسبة للصحفي المحاور تعني مقدرته على إغلاق الباب بسرعة عند الضرورة.

وفي هذا المستوى يكون التفاعل أقل تردداً من المستوى الأول، ومعه تنتقل العلاقة الوثيقة بين الأطراف من السطحية إلى العمق والكشف.

وعليه يمكن أن تكون أسئلة هذا المستوى على شاكلة: (ما تقييمك لأداء ... بعد ....؟؟ هل تفكر بشكل مختلف للعمل خلال.....؟).

وعليه يدفع "المحاوِر المحاوَر" باتجاه الحصول على المعلومات، وبالعكس فإن المحاوَر رغم تحفظه يكشف المزيد من المعلومات المحدودة.

تفاعل المستوى الثالث:

يتعامل مع مناطق حميمة ومسار خلاف وجدال (مثل الأسرة والدخل والديون والوضع الصحي والعلاقات)، وهي تظهر استجابات تكشف بوضوح عن مشاعر الشخص ومعتقداته ومواقفه وآرائه، وبالتالي فباب التفاعل المجازي مفتوح هنا على مصراعيه، والخطر يهدد الطرفين، كما أن تحقيق فائدة عظمى للطرفين إمكانية واردة.

وهذا المستوى لا يتكرر كثيراً في الأحاديث التليفزيونية، ولا يمكن تحقيقه دائماً، والعلاقة بين الطرفين قصيرة لكن يجب أن تكون إيجابية أو وثيقة، وذلك لتشابه التصورات والإدراكات والثقة والرغبة في التنقيب والكشف بينهما.

ومن أمثلة أسئلة هذا المستوى: (تشير التقارير إلى انخفاض ... كيف تفسر ذلك؟ في ظل الانتقادات... هل فكرت بأساليب جديدة لمواجهة المنافسين؟

أنواع التفاعلات الاتصالية:

وهنا يجب تأكيد الحقائق الخمس التالية:

1. الحديث التليفزيوني بمنظور ما دراما صغيرة، تمتلك مقومات العمل المسرحي كافة: خشبة المسرح والموضوع والشخصيات والحوار والصراع والحركة.
2. اللغة التعبيرية التليفزيونية المنبثقة من الخصوصية التكنولوجية للتليفزيون وما يترتب عليها من امتلاك عناصر تجسيد فنية متنوعة تجعلها قادرة على الدلالة والتعبير والتفاعل الاتصالي (المذيع والنص والضوء والألوان والموسيقى والديكور...).
3. تشكل المعطيات والقيم البصرية ركيزة أساسية من ركائز الحديث التليفزيوني، ولذلك فإن النص (الحديث – الكلام – الحوار التليفزيوني) على أهميته ليس الحامل الرئيسي للرسالة وليس المرجعية الوحيدة لفهم مضمون الرسالة الإعلامية التي ينقلها الحديث التليفزيوني.
4. يتضمن الحديث التليفزيوني قدراً من الأداء الذي يكاد يقترب من التمثيل، وذلك من أجل تحديد وتوضيح ونقل الرسالة على الوجه المطلوب.
5. مشاهد الحديث التليفزيوني لا يتفاعل فقط مع النص التليفزيوني كما حال قارئ الحديث في المطبوع، بل هو يتفاعل معها من خلال حاملها وناقلها البشري (المذيع أو مقدم البرنامج أو المراسل طبعاً إضافة للشخصية التي يجري الحوار معها)، وبالتالي فإن السمات الفردية (وحتى البصرية والجسدية والحسية منها) تشكل عنصر تجسيد فني له وظيفة تعبيرية هامة.

خامساً: القواعد العامة لإجراء الحديث التليفزيوني:

1. تحضير مقابلة الحديث:

فالمعرفة الأساسية بموضوع المقابلة مهم، فلا يجب البدء بالتصوير والسؤال لفرقة فنية عن عدد ألبوماتها المصدرة؟ إذ ينبغي أن تكون الإجابة لدى الصحفي التليفزيوني سلفاً خلال التحضير، وإذا أظهر جهلاً أمام الضيوف تصبح مصداقيته مهددة وسيتعرض للاستخفاف به، أو على الأقل لن يتعاونوا معه في تقديم إجابات تفيد بالموضوع محور المقابلة، وربما سيهاجمونه وينتقدونه على الهواء.

2. اختيار الضيف المناسب:

فالخيار الأهم أولاً، ومن يتلوه بالأهمية خيار أخير.

- اسأل الضيف أو الضيوف قبل التصوير: إذا كانت هناك أسئلة معينة يريدون طرحها.
- ضع ضيوفك في صورة البرنامج من حيث شكله وما يرمي إليه من أهداف، وإذ كنت ستسأل عن أمور غير متوقعة أو تذكرت معلومات معينة على الهواء يجب التأكد من أن الضيوف على استعداد للخوض فيها والتعليق عليها.

3. هيئة الجلوس: "Sitting Arrangement":

لطريقة جلوس "الضيف–الضيوف" وزاوية أو موقع جلوس أو وقوف المذيع أو مقدم الحلقة دلالتها النفسية التي يأخذها مصممو ديكور الاستديو بالحسبان، فمثلاً مواجهة الضيوف بعضهم بعضاً يدل على المعارضة وهو وضع لا يوحي بالاتفاق بل بالعدائية إلى حد ما، ويقابله الجلوس على طاولة مستديرة ودلالة ذلك الألفة وعدم التناقض والتساوي بالشأن والأهمية.

ومن الأشكال المحايدة للجلوس في الحوار أن يأخذ شكل الطاولة زاوية 45، ويمكن كذلك إعداد هيئة الجلوس بلا طاولة؛ حيث يجلس الجميع على كراسي بمساند الذراع "Armchairs" دون طاولة.

ومن المهنية العالية أن تجعل ضيوفك يشعرون بالراحة، وأن تقدم لهم الضيافة قهوة وماء مثلاً، ومن المهم جداً الاهتمام أيضاً بخلفية الجلسة من حيث الديكورات أو الصور أو الألوان، وألا يكون في الخلفية ما يصدم أو يناقض أو يسيء إلى الحلقة أو أحد المشاركين فيها، ومن أمثلة الفشل في ذلك، أن إحدى الفضائيات الفلسطينية الإسلامية ظلت لشهور طويلة تبث برنامجاً دينياً يظهر فيه الضيف وخلفه نجمة سداسية كجزء من الديكور، وعموماً التليفزيوني الناجح لا يتردد في إنتاج حوارات خارج الاستديو في الهواء الطلق بجانب منظر طبيعي وعلى ظهر بناء مشرفة أو في حديقة مبنى أو منزل.

4. إعداد الأسئلة:

جهز قائمة طويلة من الأسئلة لاختيار ما سيطرح منها على الضيف لتكون إمكانية تغطية أكبر مساحة ممكنة من القضايا المتعلقة بموضوع المقابلة، ولإمكانية الحصول بالتالي على أكبر قدر من المعلومات.

ثم يجب كتابة الأسئلة الأكثر أهمية بلون مختلف عن بقية الأسئلة، أو الاحتفاظ بها في قائمة خاصة، ثم المضي قدماً إلى الأسئلة المساندة بين الحين والآخر.

وفي التليفزيون كما في المطبوع من الطبيعي أن يطلب بعض الضيوف قائمة بالأسئلة قبل أن يوافقوا على إجراء المقابلة، وقد يختلف البعض على إذا كانت هذه الخطوة ضرورية أم لا، ومن هنا يرى "عبد الله السعافين" أن ذلك الطلب وضرورته من عدمه، تعتمد على طبيعة الوضع الذي تواجهه الظروف الخاصة بكل مقابلة، قائلاً:

"في آذار 2002 بينما كنت مديراً لمكتب فضائية أبو ظبي في واشنطن قدمت طلباً إلى البيت الأبيض لإجراء مقابلة مع مستشارة الأمن القومي الأمريكي وقتها د. كونزاليزا رايس، وبعد ثلاثة أيام من تقديم الطلب اتصل بي مستشارها الصحفي ليسألني عن طبيعة الأسئلة التي أنوي طرحها، وطلب مني ذلك كتابة، فكتبت له أن الأسئلة خلال المقابلة التي ستستمر ساعة تليفزيونية كاملة ستمتد على أربعة محاور، وشرحت له عن كل محور في سطرين أو ثلاثة، واكتفت "د. رايز" بذلك، ولم تصر على الأسئلة، وجرت المقابلة التي تضمنت حوالي (40) سؤالاً، وهذا مثال على أن الضيف قد يستغني عن قائمة الأسئلة إذا زودته بفكرة عامة عن المحاور التي ترغب في إجراء المقابلة حولها".

5. تفقد المعدات:

اطلب من المصور أو فريق التصوير التأكد من حملهم أشرطة تسجيل إضافية في حال عدم استخدامهم كاميرات تسجيل على "Memory Card" وأن يتأكدوا أنه لا خلل في "المايكات"، أو اللواقط الصوتية، وأن بطاريات الكاميرا مشحونة، وأن أجهزة الإضاءة تعمل وأن يكون معهم مصابيح بديلة، وحال استخدام أكثر من كاميرا ينبغي التأكد من أن جميع الكاميرات تعطي نفس جودة الصورة من حيث الوضوح والألوان.

6. الهندام ملائم المظهر للتليفزيوني:

فالمطلوب ارتداء ملابس أنيقة أو مقبولة للذوق العام، وتوحي أنك في مهمة وليس في وضع استخفاف بالضيف والعمل، فالمظهر يؤثر بالتأكيد على الطريقة التي يرى الجمهور فيها المقابلة، والطريقة التي يجيب فيها الضيف على أسئلته.

7. قبيل التسجيل:

بينما يشتغل المصورون والفنيون بوضع اللمسات الأخيرة على تجهيز الكاميرات والمايكات والإضاءة انتهز فرصة وجود الضيف وابدأ بتقديم نفسك بطريقة غير رسمية، ثم انتقل مباشرة لتطرح بعض الأسئلة خارج "الكادر أو الكاميرا" "Off the Camera" لتهيئة نفسك وضيفك أو ضيوفك لعملية تواصل سَلِسة، وهذه الخطوة ضرورية لتكون لديك الثقة بالنفس وكي تتجنب التوتر.

8. زاوية الكاميرا:

اختر زاوية الكاميرا التي تناسب البرنامج، فالمقابلة التي تكون جزءاً من برنامج منوعات يفضل أن يكون الضيف والمقدم يجلسان جنباً إلى جنب، أو قرب بعضهما البعض، وهنا تكون الكاميرا في مواجهتهما مباشرة، أما الكاميرات الأخرى في الاستوديو فتتولى تقديم لقطات قريبة "Close ups" لكل من الضيف والمذيع.

أما المقابلات الأكثر جدية فيجب أن تجري بالأسلوب الذي يجلس فيه الضيف والمذيع مقابل بعضهما البعض، والكاميرا من اليمين وإلى الخلف من الضيف تتولى تصوير المذيع بينما الكاميرا إلى اليسار وخلف المذيع تتولى تصوير الضيف.

9. كن أميناً وتجنب المواقف المسبقة من الضيوف وحافظ على الحيادية وتجنب المقاطعة والاستماع الجيد.

10. الالتزام بالأسئلة القصيرة ولا تبالغ بالتوجيه واحترم عواطف الضيف.

11. ليس أنت!! فلا تتحدث أثناء المقابلة عن نفسك.. ولا تضف رأيك الخاص، وثقف نفسك بعلم النفس.

12. حاول أن تكون متفرداً في كل مرة ومتجدداً لا تكرر أسئلتك وذاتك وأسلوبك.

13. التواصل بالعين:

عندما تجري المقابلة مع أي شخص حافظ دائماً على التواصل بالعين مع الضيف وليس مع الكاميرا، ستبدو المقابلة على مستوى مهني جيد إذا حافظت على زاوية طبيعية بنظرات العين بالنظر دائماً بتركيز إلى عيون الضيف.

14. بعد انتهاء المقابلة ضع الكاميرا وقلمك ودفتر ملاحظاتك جانباً، وتحدث مع الضيف بطريقة بعيدة عن الرسمية، والهدف من ذلك ترك انطباع إيجابي وجيد لدى الضيف عن نفسك والقناة التليفزيونية التي تعمل بها، لكن الأهم هو أنك قد تفاجأ بمعلومات إضافية قد يزودك بها الضيف عندما يسترخي وأنه لم يعد مقيداً بالأضواء والكاميرا وطريقة الجلوس.
15. إذا فاتك سؤال تصرف هاتفياً أو إلكترونياً ففي التليفزيون لا مجال عادة للاستعادة، كما في المطبوع، لكن على الأقل من أجل حديث آخر، قد يفرضه بسرعة ما فات كما يفرضه أحياناً ما استجد.
16. أسئلة الرجوع إلى البداية "Reveres Question":

وهي الأسئلة التي تسجل في نهاية المقابلة لغرض المونتاج إذا كنت تستخدم في المقابلة كاميرا واحدة، وتأكد أنك تطرح الأسئلة بالكلمات والنص نفسه التي طرحتها بها أثناء المقابلة.

وربما من المفيد أن تسجل على الورق ملاحظات بالأسئلة التي تطرحها وليست موجودة في قائمة أسئلتك الأصلية كسؤال المتابعة مثلاً، ليسهل تذكرها عندما تسجل أسئلة الرجوع إلى البداية، وهذه الأسئلة تستخدم للمونتاج حال احتاج المونيتر إلى الوصل بين إجابتين لتجنب القفز في الصورة على الشاشة الناجمة عن القطع المفاجئ.

وهذه الوسيلة مستعارة من وسائل المونتاج السينمائي، وما يحتاجه المذيع هنا هو القدرة على إعادة الأسئلة الأصلية أمام الكاميرا بالثقة نفسها والطريقة الطبيعية التي استخدمها أثناء المقابلة، حتى لو كان الضيف غير موجود معك.

17. إيماءات الرأس "Noddies":

وهي تخدم نفس الغرض الذي تخدمه الأسئلة المعادة، وهي تسجل لقطات للمذيع وهو يومئ برأسه أثناء المقابلة ليوحي بالتفاعل مع إجابات الضيف، والمهم هنا هو زاوية الكاميرا فعلى المذيع أن يسجل إيماءات الرأس وهو يجلس في المكان نفسه الذي كان يجلس فيه أثناء المقابلة، بحيث لا يبدو الضيف والمراسل بعد المونتاج وكأنهما ينظران إلى الاتجاه ذاته.

وبعض الشبكات الكبرى تمنع استخدام إيماءات الرأس والأسئلة المعادة من باب الأمانة مع المشاهد الذي يحق له أن يعرف أن ما شاهده قد تعرض للمونتاج وبالتالي تستخدم تقنية الفلاش، بدلاً من القطع، أي استخدام وميض سريع مكان القطع، أو للوصل بين الجملتين.

18. البي رول "B–Roll":

احرص على أن يكون لديك صور "بي رول" للانتقال إليها أو إدخالها في المقابلة (المسجلة وليس المباشرة)، حيث أن اللقطة الثابتة للضيف أو للضيف والمذيع معاً تثير الملل لدى المشاهد، ولذا فإن وجود صور وإنسرتات بي رول للموضوع الذي تجري المقابلة بشأنه يجعل المشاهدين أكثر تفاعلاً ومتابعة للمقابلة.

19. لقطات المونتاج "Cut Away Shots":

بعد انتهاء تسجيل المقابلة احرص على تصوير بعض اللقطات للمكان أو للضيف، كحركة اليدين، أو صورة معلقة موحية على جدار غرفته، أو شعار أو راية يعلقهما في رقبته أو على صدره، أو يزين بهما مكتبه، فهذه اللقطات مهمة للمساعدة أثناء المونتاج في ربط جمل ببعضها، أو اختصار إجابة مطولة يكرر فيها الضيف نفسه.

والمصور المحترف يعرف أن ذلك من ألف باء تصوير المقابلة الفردية وعادة يقوم بهذا من تلقاء نفسه، لكن القاعدة دائماً هي: "لا تثق بذاكرة المصور وعليك تذكيره على الدوام حتى لو شعر بالغضب أو الضيق".

20. الصورة أو اللقطة التمهيدية "Establishing Shot":

عندما تنوي استخدام جزءٍ من المقابلة ضمن تقرير إخباري أو استقصائي فالوضع هنا بحاجة إلى تمهيد لظهور الضيف متحدثاً ببضعة ثوان، وهو يؤدي عملاً ما، كأن يكون سائراً في ممر يؤدي إلى مكتبه أو جالساً على مكتبه يمارس عمله ويتحدث بالهاتف أو يحمل فأساً يهيل بها بعض التراب على شجرة يغرسها أو يصلح شيء ما، أو يزين طبق طعام قبل أن يضعه على طاولة الزبائن إذا كان طباخاً أو صاحب مطعم.

فضلاً عن غرض التمهيد لظهور الضيف، فإن غرض اللقطات التمهيدية إضفاء البعد الإنساني على التغطية وتقديم الضيوف كبشر عاديين وليس ماكينات بشرية محنطة تنتظر الإشارة لبدء الكلام أمام الكاميرا.

سادساً: الحوار التلفازي وعناصره الأساسية:

العنصر الأول: مقدم البرنامج (الُمحاور)

وهو الذي يقوم بالتحدث، أو استعراض فقرات إجراء الحوار وضبط آليته الفكرية والزمنية، ويقع على المحاوِر عبءٌ كبيرٌ في إنجاح واستثارة قطب أو أقطاب الحوار، على أن يحمل الصفات الآتية أو أكثرها:

1. المهارة الاتصالية: أي الثقافة والدراية الواسعة بموضوعة الحوار، أي أن يتسم بالموسوعية المعرفية واللغوية.
2. المناورة: أي القدرة على تفهم الترميز في دلالة المعاني (الاصطلاحات) والإشارة لأعضاء الحوار، ومن ثم يعمل وفقها على استدعاء آليات (المشاكسة)، أو (التوافق) أو (الاستنطاق) أو التكرار، على وفق الحقيقة الموضوعية.
3. القدرة على إشعار المحاورين بأهمية موضوع الحوار بالنسبة للمشاهدين.

4. السمات التقديمية: كالصوت، والهيئة، والعمر، والسمع، والتنظيم (توزيع الأدوار) التلقائية، ويتسم بشخصية تجمع بين الاتزان والتواضع المعرفي.
5. الربط: القدرة على توظيف الأحداث (الخاصية التاريخية) والقدرة على توظيف السياقات اللغوية (ربط القول السابق باللاحق).
6. اللا تقليدية: اعتماده فنون تقديمية مختلفة (اللا تقليدية) البدء بمكان الحدث، أو البدء أو الانتهاء بشاهد عيان، أو بمسؤول، أو بقول سابق لنفس المتحدث، ومن ثم يجرى الحوار.
7. الذوق العام: ملاحظة عدم الخروج عن الذوق العام، أو الإساءة إلى الآخرين، بالأسماء والأفعال في سياق الحديث.
8. مواد الإسناد: أي توفير مادة أرشيفية ساندة لمجرى الحديث وإمكانية التعليق عليها بالأفلام، أو الصور، أو الخرائط، أو أدوات التوضيح والتفسير، على أن تحتوي آراء متناقضة، أو متطابقة، أو إشراك لقنوات، أو أشخاص لديها رأي سابق، لكنها لم تدخل ميدان الحوار.

العنصر الثاني: المادة التنفيذية



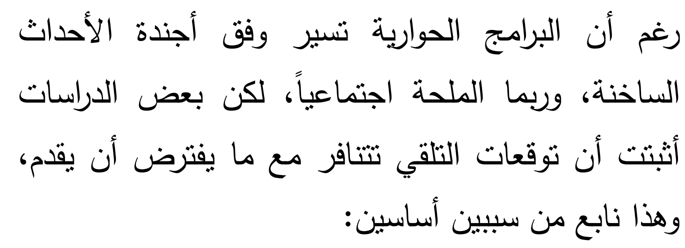
تعتمد فنون الإخراج والتقديم للبرنامج الحواري على طبيعة موضوع الحوار، والجمهور المتخيل له، وهذا يجعل عدم ثبات أدواته ووسائله، فبعض الحوارات تستلزم مادة أرشيفية، والأخرى تستلزم مقابلات فورية، خارج نطاق الاستوديو، إضافة الى فنون استخدامات الكاميرا وزوايا التصوير، وظهور الانفعالات والارتياح، ومديات التقاطع، والتآلف التي تصحب العملية الحوارية، وعلى ذلك يمكن إدراج المستلزمات التنفيذية للبرامج الحوارية في التلفاز، بالآتي:

1. مكان مناسب لطبيعة موضوع الحوار، ديكور، إضاءة، شاشة خلفية، أمامية.
2. أجهزة نقل الصوت مخفية، والحرص على أن توزع القوة الصوتية للمتحدثين بشكل متساوي مع مصدر الصوت، ويشتت تركيز منظم المكسر الصوتي.
3. توزيع الكاميرات بالشكل الذي يغطي ساحة التحدث، وأقطاب الحوار بشكل (1) جمعي (2) فردي، مع إمكانية التركيز على لقطات الانفعال والارتياح التي يطلقها المتحاورون.
4. توفير مادة أرشيفية منظمة، بالشكل الذي يتناغم مع أجندة الأسئلة والقضايا المطروحة، وهذا يستلزم التنسيق بين (المحاور) مقدم البرنامج والمخرج.

5. إمكانية ربط استوديو الحوار مع الفضاء الخارجي بكاميرا خارجية، إضافة إلى التهيئة لاستقبال مكالمات خارجية عبرها "أرضي أو محمول" (الاتصال التفاعلي).
6. يستحسن أن تغير خلفية البرنامج، إذا كان دورياً حسب طبيعة الموضوع وشخوصه، وكلما كان المكان (جو الاتصال أو الحوار) يرتبط بموضوع الحوار كلما كان تفاعل المتلقي أشد.

العنصر الثالث: طبيعة موضوع الحوار وشخوصه





رغم أن البرامج الحوارية تسير وفق أجندة الأحداث الساخنة، وربما الملحة اجتماعياً، لكن بعض الدراسات أثبتت أن توقعات التلقي تتنافر مع ما يفترض أن يقدم، وهذا نابع من سببين أساسين:

الأول يتعلق بأن الرأي العام لديه قنواته الخاصة من شخصية مباشرة كقادة الرأي والأقران والجماعة الأولية.

الثاني لديه قنوات الإعلام الأخرى المتاحة، وهي بذلك تشبع فضوله التساؤلي حول القضايا المطروحة باعتبارها ساخنة.

الحقيقة التي تنبه لها رجال الإعلام أنه بالإمكان استخدام التليفزيون ليس كأداة تذكيرية (التذكير بالحدث) وضرورة تغطيته، إنما في بحث حدث قضية تثير رأيهم، وهذه القضية ربما غير منظورة أو محسوسة في حاضنة الذاكرة الاجتماعية، وهنا يتوق الناس إلى متابعة غائبٍ أو منسيٍ، وما لم تتذكره باقي القنوات (كسر التوقع)، وهذا في معناه ليس التشجيع على تناسي القضايا العامة أو شؤونها اليومية، وهنا ستتوزع خارطة البرامج الحوارية على أطياف عدة، حسب سياسة القناة ورؤيتها السياسية والثقافية وعلاقتها بالجمهور، فثمة حوار السياسة، وحوار الدين، وحوار المجتمع، وحوار الظواهر...، وهذه بدورها تتفرع إلى ميكانزيمات مختلفة وهائلة، باختلاف ميادينها والقضايا التي تدخل في إطارها.

ومن هنا يمكن القول أن كل قضية يمكن أن يكون لها حواراً، وكل ظاهرة يمكن أن تستقطب جمهوراً، وهذا يعتمد على كيف تقدم ؟ ولماذا؟ فلو أُمعن النظر مثلاً في الركن السياسي، فثمة في محوره مئات القضايا التي بالإمكان إخضاعها للحوار والنقاش، وفيها مئات الشخصيات المقترنة بهذه القضايا (رؤساء، وأحزاب، ووزراء، ومدراء، ومفكرين، ورجال تاريخ، وأجيال جديدة...)، وكل هذه الشرائح والقنوات البشرية لها رؤية ونظرة تجاه ما يحصل لظاهرة من الظواهر.

تتركز خصائص اختيار موضوع الحوار وشخوصه، في عوامل عدة، منها:

1. كلما كان موضوع الحوار يحمل قضية أو مشكلة أو ظاهرة آنية، كلما كان تفاعل المشاهدين أشد، على أن يجري العمل على الخروج عما تغطيه القنوات المنافسة الأخرى، ربما بطريقة الأسلوب، أو الشخصيات، أو مواد داعمة أخرى.
2. أن تنتقى الشخصيات المعدة للحوار بطريقة مدروسة وليست اعتباطية، ويتفق مع هذه الشخصيات على محاور اللقاء وخطوطه العريضة، بحيث يجري الحوار بالشكل المخطط له (لتحقيق الجدوى).
3. أن تقوم القناة التلفازية بتنويع برامجها الحوارية من ناحية الموضوعات، أو الشخوص، أو طرق التقديم، حيث يعتقد أن الناس بدأت تميل الى التفاعل مع حوارات الآخرين تلفزيونياً، لأن درجة الإشباع من تواتر الصور المجردة أخذ مداه لدى الجمهور.
4. عدم إقحام أشخاص ليست لديهم علاقة بموضوعة الحوار، لأن ذلك يثقل كاهل "المقدِم والمشاهد"، ويُسيء إلى فعل الاستجابة القصوى.
5. انتقاء ذوي المراكز الأكاديمية الوظيفية والسياسية الذين يمتلكون الجرأة وروح الموضوعية واللغة المحببة، لأن بعض فواصل البرنامج يأخذ زمامها الضيف، وليس فقط المحاور.
6. إشراك المتلقين في إبداء آرائهم بشكل مباشر (الحضور الفعلي في قاعة النقاش)، أو عن طريق الاتصال عبر الهاتف، واحترام آرائهم ووجهة نظرهم.
7. التنويه لبرنامج الحوار قبل وقت العرض بوقت كاف، ليتسنى للجمهور الارتباط، إذا شاؤوا، لأن التعرض الآني يجري بشكل غير منتظم (عشوائي).
8. الكشف بشكل تفصيلي عن هوية واختصاص وخبرة الشخص الضيف، وهذا يعطي له، وللمشاهد بعضاً من الحيوية والمسؤولية في إبداء الرأي والمناقشة.

سابعاً: لغة الحديث التليفزيوني السمع–بصرية:



تتميز لغة الحديث التليفزيوني بامتداد اللغة الصحفية التي تستخدم في المطبوع، وطبيعة الصوت والمؤثر والرتم والنبرة والشدة واللون الصوتي المستخدمة في المسموع، وفي الحركة واللغة البصرية المتبعة في المسرح، وفي الإيماءات والتعابير الوجهية ودلالة الحركات المستخدمة في السينما، لتشمل كل هذه الأنواع في لغة الحديث التليفزيوني.

وعند الحديث بلغة الحديث التليفزيوني فإن الكلمة في "أسلوب بي بي سي" تتجاوز موضوع اللغة إلى كل ما من شأنه أن يسهم في تشكيل انطباع في ذهن المتلقي عن شخصية المحطة، كوسيلة إعلامية، سواء من خلال اللغة المستخدمة، أو الأسلوب الذي يتحدث به مذيعوها ومراسلوها والملابس التي يرتدونها والطريقة التي يحاورون بها الضيوف، بل وحتى من الإيماءات والإشارات والحركات، وبالتالي تتضمن اللغة التي تستخدمها قيماً تحريرية تعتبر امتداداً لدليل بي بي سي التحريريProducer Guidelines من حيث تأكيدها على ضرورة الالتزام بمعايير التوازن والحياد والموضوعية، وهو هدف أبعد من مجرد التذكير ببعض قواعد النحو والصرف دون إنكار أهمية الأخيرة.

ما يقدم دليلاً على أن الدقة أهم من حرفية النقل، فمثلاً كثيرا ما يرد فعل Alleged أو Claimed في سياق النقل وهذه باللغة العربية تعني ادّعى أو زعم، وتحمل الكلمتان العربيتان قدراً من التشكيك في صحة ما "يزعم" قوله، أكثر مما يحمله النص الإنجليزي، ما يحتم إيجاد لفظ أكثر حياداً، والحال نفسه الحياد في استخدام اللغة والمصطلحات، واستخدام ضمير المخاطب بدل المتكلم.

ويؤثر أسلوب إدارة الحوار إلى حد كبير على انطباع المشاهدين والمستمعين عن المحطة وأسلوبها، وطريقتها التي لابد أن تعكس قدراً كبيراً من الحياد، وقدرة على تقليب كافة وجهات النظر، وطرح الأسئلة التي قد لا تطرح على الضيوف في محطات أخرى، مع الالتزام باحترام الضيف الواضح مهما كانت اتجاهاته؛ ومواجهته بالدرجة نفسها من الاختبار والتمحيص؛ حيث ينوب المحاور عن الجمهور ويسأل الأسئلة التي يتوقع أن يرغبوا في الحصول على إجاباتها، لكنه في الوقت ذاته لا ينبغي أن يتبنى ما يتصور أنه وجهة نظر المشاهد بحيث تبدو كما لو كانت وجهة نظره الشخصية، مما يشعر الضيف بأنه أعطي فرصة معقولة للتعبير عن رأيه وللإجابة بحرية على ما طرح عليه من أسئلة دون أن تترك له مساحة لغوية للترويج والدعاية، خاصة إذا كان الضيوف من الساسة والمسؤولين.

فاللغة التليفزيونية تقلب الموضوع على وجوهه كافة، ويطلب إيضاح التناقضات فيما قد يطرح من خلال إجابات المسؤولين أو من خلال التباين بين ما يقولونه وما يفعلونه على أرض الواقع، أو بين ما يقولونه الآن وما قالته لغتهم في السابق.

ثامناً: اللغتين المنفصلتين للحديث التليفزيوني كما حددهما "أديب خضور":

اللغة اللفظية المنطوقة:



وهي اللغة المناسبة لنقل المعلومات حول الأحداث والوقائع والظواهر وللتعبير المنطقي والدقيق وللتوضيح وحل المشكلات، ومن التفاعلات اللفظية التي تتم عبر اللغة التي يستخدمها الصحفي والمحاوِر والشخصية والضيف المحاوَر.

إن الكلمة ورغم أهمية القيم البصرية في اللغة التعبيرية التليفزيونية هي الأعم والأغلب والحامل الرئيس للفكرة والأساس الذي تبنى عليه الأشكال التعبيرية الأخرى، ما ينقل استخداماتها من مجرد أداة للتعبير عن الأفكار إلى أوعية للمعاني، كنظام رمزي متكامل يتأثر استخدامه وتأثيره وفهمه بعوامل نفسية واجتماعية واقتصادية وسياسية، ولذلك على الصحفي التليفزيوني أن يتنبه جيداً للمعاني المتعددة للكلمة الواحدة.

التفاعلات غير اللفظية:



وتتم عبر لغة غير لفظية، أهم مفرداتها المظهر الفيزيولوجي الجسماني والثياب والصوت والجنس والعمر والحركات والإيماءات والإشارات والنظرات، والاتصال البصري، ولعل هذا ما يسمى بلغة الجسد التي تستخدم بشكل لا شعوري وتعبر عن الجوانب الأكثر حقيقة في ذوات ومشاعر وحاجات واتجاهات الناس.

صحيح أن الأحاديث التليفزيونية معظمها كلام، لكن صِدق مقولة "الأفعال أوضح من الكلام" يجعل الملاحظة ونقل الحركات والإشارات والتعابير أقرب إلى الحقيقية، ويصبح الحديث أكثر مقدرة على الإظهار "To show" من أن ينقل إلى "to tell".

ومن هنا يؤكد الأنتروبولوجيون أن ما يفعله الناس أهم مما يقولونه، وأن الانطباع الأول يعطيه الصحفي التليفزيوني عن نفسه خلال ثيابه ومظهره وتصرفاته وحركاته وتعبيرات وجهه، وهذا قد يكون أكثر أهمية من أي شيء يقوله، وخاصة أول لحظات بداية الحديث، حيث يتاح للصحفي فهم ضيفه من خلال حركات يديه أو إدراك قلقه عبر قلة اتصاله البصري، وتعرقه، والمبالغة في أناقة ثيابه، ضيفٌ كهذا

بحاجة إلى أكثر من كسر جليد، وبحاجة "لدوش" ساخن، وإلى إعادة طمأنةٍ من أجل تحقيق موفق، والقول: ".. دعنا ننسى الكاميرا.. ونتحدث ببساطة بشكل طبيعي..".

يمكن تدقيق مفردات الاتصال غير اللفظي على النحو التالي:

1) **إشارات شبه لغوية "Paralanguage"**:

مثل الأصوات التي تصدر عن الصحفي جواباً على تعليقات أو أقوال: "آه.. أمم.. أوه.. إم...." وهي تساعد في توطيد علاقة الثقة والألفة بين الصحفي التليفزيوني وضيفه، كما تشجع الضيف على مزيد من الحديث، لإشعاره بمدى اهتمام الصحفي بقوله ودقة متابعته له.

وتزاد أهمية هذه الإشارات بإشارات جسدية معينة كالابتسامة وانحناءة الرأس إلى الأمام.

2) **لهجة الصوت ونبرته:**

تحمل لهجة الصوت ونبرته معان مختلفة هامة مثل (الاحترام والسخرية واللامبالاة...).

ومن هنا أكدت أبحاث "ألبرت مهارا" أنه عند تعارض معنى الكلمات مع نبرة الصوت أو مع تعبير الوجه فإن الجانب الأكثر قابلية للتصديق في العملية الاتصالية الذي يأتي من نبرة الصوت أو التعابير الوجهية.

كما أن إيقاع الكلمات يوحي بمعان مختلفة، فالسرعة القصوى قد تعبر عن الضرورة والأهمية أو ربما على النقيض عن قلة الأهمية، والسرعة المنخفضة توحي بخطورة الموقف، أما السرعة القصوى المقترنة بالصوت المتهدج فتعبر عن العصبية، والسرعة المتقطعة تعبر عن الحيرة والتردد، كما أن الصوت المضطرب يعكس مستوى القلق أو الهيجان.

3) **الصمت:**

أحياناً يكون أكثر تعبيراً ودلالة من الكلام أثناء الحديث التليفزيوني، ويمكن استخدام لحظات الصمت لتشجيع الشخصية على الحديث، وكإشارة أنه ليس على عجلة من أمره، أو للدلالة على موافقته على ما يقوله المحاوَر أو حافزاً له على متابعة حديثه حول نقطة معينة وإيضاحها.

4) **العينان والاتصال البصري:**

العيون تتكلم ويستطيع الصحفي أن يرى في عيني ضيفه كثيراً من الأشياء التي قد لا تكون واضحة في حديثه.

ويعني الاتصال البصري أن ينظر الصحفي في عيني ضيفه، وهو على أهمية كبيرة في الحديث التليفزيوني، فاستمراره وديمومته تعني استشعار الصحفي لأهمية ما يقوله ضيفه، كما يمكن للاتصال البصري السريع إخبار الضيف الآخر أن لديك شيئاً ما تريد إخفائه أو أن الصحفي سمع شيئاً ما أثار انتباهه، وبالتالي يريد إبداء استغرابه، ودهشته أو تحفظه عليه.

تؤكد الدراسات أن ضعف الاتصال البصري يوازي ضعف الاهتمام بالشخصية والموضوع الذي تتحدث عنه واللامبالاة والملل، وبالعكس فقوة الاتصال البصري تعزز الاستجابة.

ومن هنا على الصحفي النظر بعيني ضيفه عندما يتحدث إليه أكثر مما يستمع إليه وهو يحدثه، ولهذا يقيم الصحفي التليفزيوني هنا بأنه قريب وواثق بنفسه وناجح وصادق، عكس الذي لا ينظر فيقيم بأنه بارد ومتشائم ومراوغ ومداهن وغير ناجح.

والقاعدة الناجحة للحديث التليفزيوني على وجه الخصوص والإعلامي على وجه العموم هنا: "استمع وانصت وانظر أكثر مما تتحدث".

5) **الحركات:**

إن علم الحركة "Kinesics" يؤمن أن الناس تحرك أجسادها والأعضاء المختلفة منها (اليدان، الرأس، العينان، الحاجبان، الشفتان، الأصابع، الكتفان، الساقان....)، بطرق لا حصر لها لتحقيق التواصل، وتشير عديد الدراسات أن الاتصال الذي يجري بين الناس يتم بنسبةٍ تتراوح بين (66-93%) منه عبر الأفعال غير اللفظية.

6) **الاقتراب "Proximity":**

والذي يعني المسافة الفاصلة بين الطرفين المتداخلين بالعملية الاتصالية، وعليه حدد العالم الأنتربويولوجي "أدوارد هالوو" أربعة مستويات للمسافة التي تفصل بين الشخصين، يتواصلان ويتناقشان في الحياة اليومية.

- وأول هذه المسافات (الحميمية) "Intimate".
- ومن ثم المسافة (الشخصية) "Personal".
- ثم (الاجتماعية) "Social".
- ثم (العامة) "Public".

وعموماً تعد المسافة الفاصلة إشارة بالغة الدلالة في المقابلات التليفزيونية، وبالتأكيد كلما كان الصحفي أكثر قرباً من شخصية الحوار وخاصة بالمقابلات الميدانية التي تجري خارج الاستديو، كلما استطاع إجراء حوار أفضل، مع وجوب احترام حرية المسافة الفاصلة عن الشخصية المحاورة، لأن انتهاك خصوصيتها قد يؤثر سلباً على مجرى الحوار، فالناس يضعون عوائق عندما يقترب الآخرون منهم كثيراً بطريقة غير مريحة.

وتختلف ردود فعل الناس إزاء انتهاك هذه الخصوصية فقد يتراجع البعض للوراء ويضع ما يفصله عن الآخر أو يتجنب إقامة اتصال بصري، وربما ينسحب تماماً، وهذا يلزم احترام استراتيجية وضع المقاعد في الأحاديث والندوات والمؤتمرات التليفزيونية والاشتراك بفاعلية في إجراءات إعداد مكان الحديث أو الندوة.

7) **الإيماءات:**

وهي حركات مقصورة على أجزاء معينة من الجسم، وعادة ما يتم اختيارها واستخدامها بشكل واع لتوصيل رسالة معنية إلى الآخرين، كاليد والحاجبين أو الكتفين.

وهذا ما يعني أن الإيماءات متغيرة الدلالة وفقاً لتغير الثقافات، وهذا مهم خاصة للصحفي التليفزيوني، الذي يجري المقابلات مع شخصيات متنوعة تنتمي إلى ثقافات مختلفة.

8) الأوضاع الجسدية:

وتظهر اتساعاً في المعنى عبر الجسد كله، وتعطي الانطباع العام لوضع الجسد ككل، وهي غالباً أوضاع لا شعورية، ولهذا غالباً قد تتصارع أو تتناقض مع الرسائل التي يتم توصيلها من خلال الكلمات والإيماءات، ومن ثم فهي تعمل على "تسريب" الاتجاه الحقيقي والشعور الموجود وراء المظهر الخارجي للشخص.

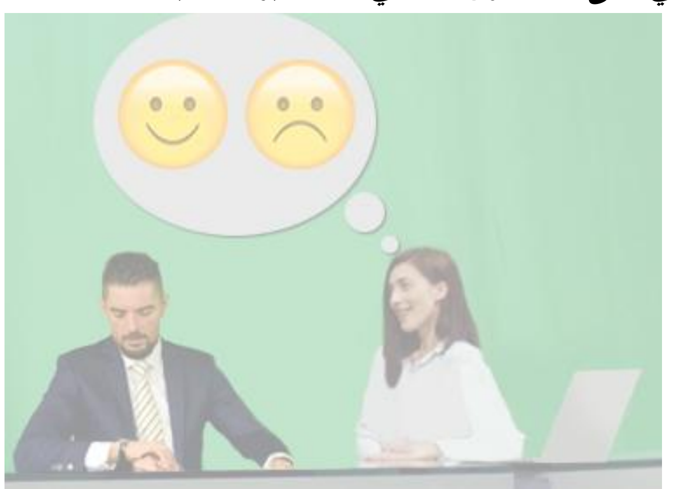
تاسعاً: معاني لغة الجسد "The Body Language" في الحوار التليفزيوني:

إيماءات اليد والذراع:

1. فرك راحتي اليد تشير إلى التوقع الإيجابي.
2. الكفان المشبكتان على المكتب أو أمام الوجه إيماءة احباط، وتدل على تمسك الشخص بموقف سلبي.
3. اليدان البرجيتان (البرج المرفوع والبرج المخفوض) تدل على الوثوق بالموقف والنفس، ويستخدمها عادة الأشخاص المتفوقون.
4. قبض الأيدي والأذرع والسواعد: أفراد العائلة الملكية البريطانية الذكور معتادون السير مرفوعي الرأس والذقن، ومشبكي راحتي اليدين خلف الظهر، ويستخدمها كذلك عادة الضباط والعسكريون الكبار، ومدير المدرسة الذي يتمشى في فناء المدرسة، لذلك هي إيماءة تفوق وثقة بالنفس.
5. وضع القبضة على الساعد خلف الظهر: علامة احباط، ومحاولة لضبط النفس.
6. وضع اليد على الفم أو تصنع السعال بوضعها على الفم، إيماءة تدل على الرغبة بقمع الكلمات الخادعة التي يرددها المتحدث.
7. إذا استخدم الشخص الذي يتكلم وضع اليد على الفم أثناء كلامه فهذا إيماءة أنه يتلفظ بكذبة.
8. فرك العين إيماءة بتجنب النظر إلى وجه الشخص الذي يردد كذبة، أو الذي تردد الكذبة عليه.
9. حك العنق: علامة الشك والريبة وتلفت النظر أكثر عندما تناقضها مع القول، وتعني شفاهة أنني أفهم القصد أو أعرف كيف تشعر.
10. استخدام اليد لسند الرأس دلالة على السأم.
11. قرع الطاولة بالأصابع إيماءة لنفاذ الصبر.
12. ضرب الذقن إيماءة أن السامع يتخذ قراراً.

حينما يتعلق الأمر بالمقابلة ضمن الاستقصاء، فحسب "مارك هنتر" يصبح دور الصحفي هنا تشجيع الناس ودفعهم للكلام، ومراقبة لغة حديثهم اللفظية والجسدية، من خلال ملاحظة كيف يتكلمون ويشعرون، ويعبرون بلغة جسدهم أو صمتهم، إضافة إلى ما ينطقون به.

بناءً على ما سبق تركز لغة الحديث التليفزيوني على المضمون الدلالي للغة غير اللفظية:



إن اللغة غير اللفظية لا تمتلك تعقيد اللغة اللفظية، فهي ليست سطحية، أو ساذجة، أو متيسرة الفهم دائماً، أو إنها بحاجة إلى قراءة معمقة للوصول إلى حقيقة معانيها ودلالاتها، وعموماً يستخدم الطرفان اللغة غير اللفظية بطريقتين مختلفتين:

الأولى الواعية المقصودة.

والثانية غير العفوية، وغير المقصودة.

فعلى الصحفي أن يميز ذلك، ولا يفسر كل شيء بوجه واحد، كما أن طبيعة العلاقة قد تتحكم في هذا التفسير، (قد تفسر نظرة للساعة على الاهتمام بالوقت، وليس على الملل، ورغبة انتهاء الحوار، والاسترخاء كدليل على الإرهاق الليلة الماضية أو حرارة الاستديو، وليس الضجر من الجلسة الحالية، وقد يتململ الضيف لعدم إراحة الكرسي الذي يجلس عليه وقسوته، وليس من طبيعة الأسئلة، وقد تكون حركات اليدين عفوية من طبيعة الجسد الحركية، ولا تعني ما قد يفهم تعمداً عنها، وربما صوت المتحدث الخافت بسبب طبيعة جهازه الصوتي وليس الريبة وفشي الأسرار....) ما يلزم الحذر بقراءة اللغة غير اللفظية من قبل الصحفي التليفزيوني.

ولهذا يؤكد "بينين" أن فهم اللغة غير اللفظية ليس بالسهولة المتوقعة داخل أو خارج سياقها، في حين أن الضيف قد يفهم بطريقته لغة محاوره غير اللفظية، التي يجب أن تبقى بجسده منحنياً قليلاً إلى الأمام مواجهاً الضيف بقوة وثبات، وعدم استرخاء حركي أو شكلي أو هزات غير مدروسة للرأس، ما يوحي بالعصبية أو غيره، (وبالتالي يمكن أن تفهم حركته للخلف بالتململ، بينما المقصود بها الرغبة بتغيير الموضوع، وقد يفهم قطع الاتصال البصري بالجفاء، بينما المقصود به التفكير والتدقيق بقول ذكره الضيف...).

وهنا لا بد من ذكر دور التشابه بين الطرفين في تقريب هذه الحركات، إضافة إلى دور المتغيرات الأخرى، كالنوع والتعليم والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي في فهم هذه اللغة، فكل يفهمها حسب متغيراته الديموغرافية والشخصية.

فمثلاً: (المرأة أكثر استخداماً وإدراكاً لأهمية اللغة غير اللفظية وأكثر مهارة بتفسيرها، وأكثر استخداماً للتحديق والاتصال البصري، مقابل كونها أقل تذمراً من انقطاع الاتصال البصري، بينما الرجال أكثر

ميلاً لاستخدام لهجة هادئة وطبقة منخفضة، وهذه ينظر إليها على أنها أكثر مصداقية وديناميكية من لهجة النساء العالية، في حين تفضل الأطراف الأنثوية أن تجلس بشكل متقارب أكثر من الذكور، لأن الرجال يتباعدون بالمسافات أكثر)

وكمثال على دور المتغيرات الثقافية في إدراك هذه اللغة (الأوربيون تعلموا النظر إلى الآخرين في أعينهم عندما يتحدثون إليهم، بينما الأمريكيون تعلموا تجنب الاتصال البصري عند الاستماع للآخرين، كما أن عبارة "انظر في عيني" تعبر بالنسبة للآسيوي عن نقص في الاحترام، بينما يفتح الأمريكي عينه دلالة للدهشة والاستغراب فإن الصيني يفعل ذلك تعبيراً عن الغضب، ويفعله الفرنسي تعبيراً عن عدم التصديق، والإسباني تعبيراً عن عدم الفهم، بدورهم تعلم اليابانيون تقنيع مشاعرهم السلبية بالابتسامات والضحكات، كما تعلم الأمريكيون أن يقيموا أقل قدر من الاتصال الجسدي المباشر مع الآخرين عند الاتصال بهم، في حين أن الشعوب المحيطة بالبحر الأبيض المتوسط وشعوب أمريكا اللاتينية يشجعون هذا الاتصال الجسدي المباشر، وهذا لا يختلف عن كيفية ترجمة ارتفاع طبقة الصوت أثناء الاتصال، فالعرب يستخدمون أعلى الطبقات وينظرون إلى علو الصوت كإشارة على القوة، وانخفاض الصوت كمؤشر على الضعف والمراوغة، بينما الأوربيون أقل ارتفاعاً بالصوت، والأمريكيون يأتون في المنتصف من حيث شدّة الصوت المستخدمة بين الشعوب، على الوجه الآخر تقبيل الوجه أكثر انتشاراً بين النساء عن الرجال، وتبادل القبلات أثناء السلام دلالة محبة وشوق عند الشرقيين بينما عادة غير مستحبة بنظر الغربيين).

الخلاصة أن رجع الصدى دليل العملية الاتصالية الناجحة، لأنها يجب أن تكون ذات اتجاهين (من مرسل لمستقبل وبالعكس)، وهذا ينطبق على اللغة البصرية الواجب أن لا تكون ذات اتجاه واحد من طرف لآخر فقط، وعليه يشكل رجع الصدى متمثلاً بالاستماع اللغوي والمراقبة الشكلية، عاملاً أساسياً في الحديث التليفزيوني، كدليل تفاعلي سواء عبر اللغة اللفظية أو غير اللفظية، بما في ذلك لهجة التفاعل وترتيبات الجلوس ومدى اقتراب الطرفين من بعضهما وحركاتهما وإيماءتهما، وأوضاعهما الجسدية واتصالهما البصري وتقدمه أو تراجعه أثناء سير الحوار، وذلك كله بهدف تأكيد الاتصال، وأخذه وفهمه وإدراكه لما يحدث، ولما لا يحدث أثناء مجريات الحديث والحوار التليفزيوني.

عاشراً: الخصائص الدلالية للغة غير اللفظية في الحديث التليفزيوني:

1. تزيد الصفة الحميمية للحديث التليفزيوني من أهمية الاتصال غير اللفظي، وذلك لأن كل طرف يريد اكتشاف ما فعله وما لم يفعله الطرف الآخر، معطياً معنى لأي سلوك أو تصرف أو حركة.
2. تشير الدراسات أن الأفعال غير اللفظية تؤدي إلى تبادل المشاعر والعواطف على نحو أكثر دقة، وأنها تنقل المعاني والمقاصد بشكل متحرر من الغش والخداع والتشويه والاضطراب، وأنها بالتالي أكثر فعالية وملاءمة للإيحاء والأفكار والعواطف، وللتعبير عنها بصورة غير مباشرة، ولذلك فهي بالغة الأهمية، وخاصة بالنسبة للاتصال عالي المستوى.

3. غالباً ما ينظر للاتصال غير اللفظي على أنه أكثر مدعاة للثقة من الاتصال اللفظي عبر الكلمات، ولذلك إذا تناقضت الرسالتان اللفظية وغير اللفظية عند إرسال رسائل مختلفة، فالميل عموماً إلى تصديق الرسائل غير اللفظية، مع الاعتماد على قراءة اللغة غير اللفظية، ما يعني أن اللغة غير اللفظية مهمة كالكلمات، وربما أكثر قيمة من الكلمات، لأنه أحياناً ما يقال من الكلمات أقل قيمة من الطريقة التي تقال بها.

فقد يقول الشخص شيئاً ويعني به معنى آخر مختلف تماماً، وقد يستخدم الشخص نبرات وطبقات لإعطاء الكلمة نفسها معنى مختلف، فمسألة "كيف" يقال شيء ما أكثر أهمية وتعبيراً من "ماذا" يقال، وعليه يمكن قراءة حركات الشخصية المحاورة أكثر من سهولة قراءة كلماته، كما يمكن أن تسمح الكاميرا للمشاهد أن يشارك في عملية القراءة هذه.

4. البديل غير اللفظي يمكن أن يكون بديلاً للإشارة اللغوية (لأن نظرة استغراب في وجه الشخصية المحادَثة عند ذكرها أمراً ما قد تدفعها للاستدراك وإعادة النظر وربما التوضيح والبرهان على صحة ما ذكرته، كما أن زم الشفتين وتحريك الرأس يميناً ويساراً إشارة تعني عدم الموافقة على ما يقال، وتحريك الكتفين للأعلى يعني عدم المعرفة بالشيء موضوع القول بمعنى أن الأمر لا يهمني).

5. اتحاد اللفظي وغير اللفظي، وهنا يؤكد الباحثون استحالة عزل اللفظي عن غير اللفظي، وذلك لاتحادهما أثناء عملية الاتصال، لدرجة أن كل منهما يعتمد على الآخر ويكمله، فاللغة غير اللفظية يمكن أن تسهم في إيضاح الرسالة التي تحاول اللغة اللفظية صياغتها ونقلها، كما تسهم في تقوية الرسالة وزيادة فاعليتها.

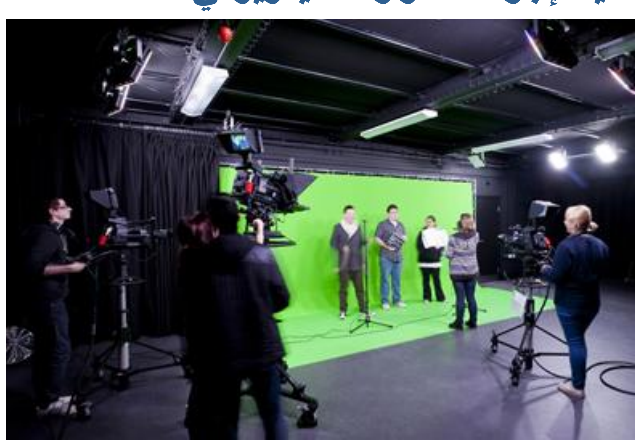
فالصحفي يؤكد موافقته عبر كلمة "نعم" (ترافقها انحناءة رأسه إلى الأمام، ويكرر ذلك ما يعني تأكيد الموافقة)، وقد يقول "لا" (يرافقها هز الرأس يميناً وشمالاً تأكيداً للنفي والمعارضة)، كما أن التشديد اللفظي مهم في اللغة التليفزيونية فقد يستدعي الاهتمام بكلمة هامة (تماماً مثل وضع خط تحتها أو كتابتها بحرف مائل أو أسود في النص المطبوع)، مثل لن نرسل وفداً جديداً للمفاوضات، ولن نرسل وفداً جديداً للمفاوضات، كذلك فالتغيير في طبقة الصوت من شأنه إعطاء معنىً معيناً للكلمات، وكذلك فإن تعبيراً جدياً للوجه واتصالاً بصرياً مباشراً قد يساعدان الكلمات على تلقيها بتعاطف وتفهم، (غير اللفظي يؤكد اللفظي ويثبت صحته).

6. الأفعال والإشارات غير اللفظية يمكن أن تكون مفتوحة لقراءات مختلفة وبالتالي يمكن أن تسبب الاضطراب والتشوش وسوء الفهم، ولذلك يجب الحرص على التفسير السليم لهذه الأفعال والإشارات.

فالإشارة يمكن أن تنقل رسالة، كتعبير المصافحة الطويلة عن الود وعمق العلاقة، والتعبير الجدي للوجه يوحي بالصدق، وملامسة اليد أو الذراع دليل على التعاطف والتفاهم، وقد يظهر المرء اهتمامه بما يقوله

شخص آخر من خلال انحنائه قليلاً إلى الأمام، وإقامة اتصال بصري قوي ومستمر معه، والإيماء بالرأس إلى الأمام أكثر من مرة، وإظهار تعابير وجه جدية كما قد يعبر المرء عن التململ من خلال كثرة تحركه في جلسته، أو الامتناع عن الاتصال البصري، أو الجلوس بشكل مسترخ، أو تقطيب الجبين، أو النظر إلى الأرض، كما أن الاسترخاء والعبوس والتحدث ببطء قد يعكس الحزن أو عدم الاهتمام أو الفشل المتوقع، كما أن التراجع في الجلسة والحملقة في الآخر، ورفع الحاجبين وهز الرأس إشارات قد تعبر عن المعارضة والغضب والاحتقار.

حادي عشر: العوامل التي تتحكم في تقنية إجراء الحوار التليفزيوني:



مهما كان شكل الحوار التلفزيوني أو مدته، فإنه يعتبر من أهم الأجزاء المؤثرة في الحوار، وحضور الشخص المحاوَر (الضيف) يجسد كلمات مختارة يجب أن يتم إخراجها بوسيلة متحكم فيها، كاختيار الإطار وزوايا التصوير والتقاط الصوت، فكلها عناصر تسهم في تكوين مضمون الحوار ومعناه وأهميته بالنسبة للمشاهد، وهنا لا بد أن يذكر (دور المصور)، وفق التالي:

1. **دائما تفضيل إجراء الحوارات على عين المكان:**

فالخباز أمام فرنه، والرسام أمام لوحته، ولاعب كرة القدم وهو يتدرب في الميدان، فالإطار الذي يعيش وينشط فيه الشخص المحاور سوف يضفي المزيد من المصداقية والنجاعة على محتوى التصريحات.

2. **الاهتمام بإطار الحوار حتى يعطي معلومات أكثر**

فإذا كان الحوار طويلاً، وستتم تغطيته جزئياً بالصور أثناء التركيب، فإن الصور الملتقطة للغرض من الضروري أن تضيف معاني مكملة للحوار.

3. **اختيار زاوية التصوير القادرة على تجسيم معنى الكلمات التي يتضمنها الحوار:**

- صور قريبة: يكون الكلام شخصي وحميمي.
- صور متوسطة البعد: يظهر الشخص المستجوب إلى مستوى الصدر فيكون الكلام عاماً.
- صور شبه عامة وبعيدة: الكلام رسمي (التصريحات الرسمية أو العامة).

4. الاهتمام بالعناوين الثانوية:

بالنسبة إلى حجم صورة الشخص المستجوب، لا بد أن يترك نحو خمس الجانب السفلي للصورة لكتابة اسم الشخص المستجوب ووظيفته أو صفته.

5. تغيير الإطار:

أي اتجاه الكاميرا أو الزاوية عند تغيير الموضوع مع الشخص المستجوب.

6. قبل بداية التصوير التثبت بالنسبة للصور القريبة من الخلفية لتفادي مناظر مشوهة:

فمثلاً نبتة أو شجرة تخفي رأس الشخص المستجوب جزئياً أو إشارة بالخلفية وراء المستجوب إلى موقع مراحيض وغيرها، يجب التثبت منها قبل بداية التصوير، فالصورة القريبة تبرر وجود الصورة الخلفية وصحتها.

7. التأكد من أن خلفية الصورة أو الصوت لا تصرف النظر عن الحوار.

8. التثبت من أن المستجوب لا يتحدث مباشرة إلى الكاميرا:

حتى يكون نظر الشخص المستجوب قريباً من الكاميرا دون أن يتوجه إليها مباشرة على الصحفي الوقوف إلى جانب المصور ومسك الميكرفون باليد المعاكسة للكاميرا، في حال كان يحاوره واقفاً ضمن تقرير أو برنامج.

9. عندما يكون الصحفي المحاور في الصورة:

يمكن أن يظهر الصحفي في الصورة مع ضيفه المستجوب إذا كان ذلك الظهور يضيف معلومات للإبراز، مثلاً أن الصحفي يتقاسم التجربة نفسها مع الشخص المستجوب، أو من أجل إبراز مختلف مراحل التحقيق.

10. إعداد الحوار حسب سيناريو معين:

لا مبرر لمثل هذه الحوارات حتى إذا كانت لا توجد أية إمكانية أخرى لإجراء الحوار، حيث يكون ذلك مقبولاً إذا قبل الضيف أن ينقل أمام الكاميرا حركات أو وضعية ما يمكن أن يقوم بها فعلا خارج إطار اللقاء.

11. الحوار أثناء المشي:

تلك وسيلة يمكن أن تضفي حركية وديناميكية على الصورة، وتتيح المجال لإظهار إطار الموضوع في خلفيتها.

12. الحوار عبر الهاتف ويعتبر الأسوأ:

ما يبرر استعمال مثل هذه الطريقة هو عزلة المستجوب أو ضرورة إخفاء هويته أو الصبغة العاجلة، ويستحسن استعمال المعلومات التي يتم الحصول عليها عبر الهاتف في كتابة التعليق.

13. ارفض الأجوبة المقروءة:

فأحياناً يأتي الناس يحملون أجوبة مكتوبة، فأخبرهم أن ذلك سيئ، لأن إجابتهم لن تظهر طبيعية على الهواء، وسيضيعون في ما كتبوا، بينما يعرفون الأجوبة، والأفضل شفوياً.

14. فكر في التركيب (المونتاج):

الحديث الجيد يمكن من استخلاص مقاطع صوتية جيدة، ولا تنسى "قبل ترك محدثك التأكد من تسجيلك"، أعد سماع نهاية المقابلة للتأكد أن لديك تسجيلاً صالحاً للبث.

المراجع

1. أمير تاج الدين، الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2009.
2. جوليا بارتن، نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
3. جيمس ك، فان فيليت، قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس"، مكتبة جرير ، 2007.
4. ستيفن كوفي وآخرون، الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات، مكتبة جرير ، 2008.
5. عبد الوهاب قتاية، المذيع المحاور ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 178، ابريل 2005.
6. لينين واكس مان، تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
7. مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا، الإنصات " فهم ما وراء الكلمات"، القاهرة، مركز خبرات المهنية للإدارة _ بميك، 2008.
8. محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، الأردن، دار الطباعة الحديثة، 2012.
9. حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، القاهرة، دار فكر وفن، 2010.
10. محمد مرعي، الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009.
11. نايت سيتيزن، نيوز نتوورك، إجراء المقابلات الصحفية، دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
12. هاريسون مونارث ولارينا كاس، المتحدث الواثق، مكتبة جرير ، 2008
13. سيد أحمد الناغي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار ، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر : كلية الإعلام، 1988.
14. شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986.
15. عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008.
16. محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها – تحريرها – نشرها، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1984.
17. يوسف مرزوق، فن الكتابة للراديو والتليفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
18. كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، جدة، دار الشروق، 1987.
19. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1982.
20. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.

21. رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، القاهرة، مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005.
22. أديب خضور، الحديث التليفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، 2009.
23. Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985).
24. John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.
25. http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284
26. Vice .bbc .abc .
27. Scanlan Christoper, Reporting and Writing, Basics for the 21st Century, (USA: Orlando, Harcourt College Publisher, 2000).

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

1. **أهم سمات الحديث التليفزيوني:**
   A. المباشرة.
   B. ملامسة الواقع.
   C. التفاعلية.
   D. سرعة الإيقاع.

الإجابة الصحيحة: c التفاعلية

2. **تعد "الأجهزة" في الحديث التليفزيوني:**
   A. من عناصر الحوار التليفزيوني.
   B. من سمات الحوار التليفزيوني.
   C. من خصائص الحوار التليفزيوني.
   D. من تقنيات الحوار التليفزيوني.

الإجابة الصحيحة: a من عناصر الحوار التليفزيوني

3. **تدعى طريقة جلوس "الضيف–الضيوف" في الحديث التليفزيوني:**
   A. هيئة تخطيط الحديث.
   B. هيئة إدارة الحوار.
   C. هيئة توزيع الكاميرات.
   D. هيئة الجلوس.

الإجابة الصحيحة: d هيئة الجلوس

4. فرك راحتي اليد تشير في الحديث التليفزيوني إلى:

A. التوقع السلبي.

B. التوقع الإيجابي.

C. التوقع الحائر.

D. التوقع المتململ.

الإجابة الصحيحة: B التوقع الإيجابي

الوحدة التعليمية الخامسة

تقنيات إجراء الحديث التليفزيوني وإدارته

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح فن إدارة الحوار التليفزيوني وشروطه ومواصفاته وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته.
2. يحدد شروط إدارة الحوار التلفزيوني الناجح.
3. يسير الطالب ضمن خطة طريق إجراء الحوار التليفزيوني.
4. يحدد كيفية افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة.
5. يحدد الطالب المدارس الأشهر في تقديم النصائح للمحاور التليفزيوني، عبر معرفته بقائمة كريلنج في الحوار التليفزيوني والإذاعي، ومدرسة لاري كينج، وتقنية"تسقيع الزبون" لمقابلة ناجحة، وقائمة الباحث الأمريكي Ermie Kreilling أثناء إجراء المقابلات، ودليل الباحث Zemmerman للأسئلة.
6. يعدد نصائح المقابلة التليفزيونية حسب دليل هيئة الإذاعة البريطانية BBC Talk.
7. يتدرب الطالب على تكتيكات إدارة الحوار واستراتيجية إجراء الحديث التليفزيوني، وتحديداً ما يتعلق منها بتكتيكات "شارلي بياجي" وحيل المخبر الصحفي الأكثر شيوعاً، وتكتيكات إجراء المقابلة في الاستقصاءات حسب "مارك هنتر"، إلى جانب تكتيكات ومهارات إجراء المقابلة التليفزيونية على الهواء.

العناصر:

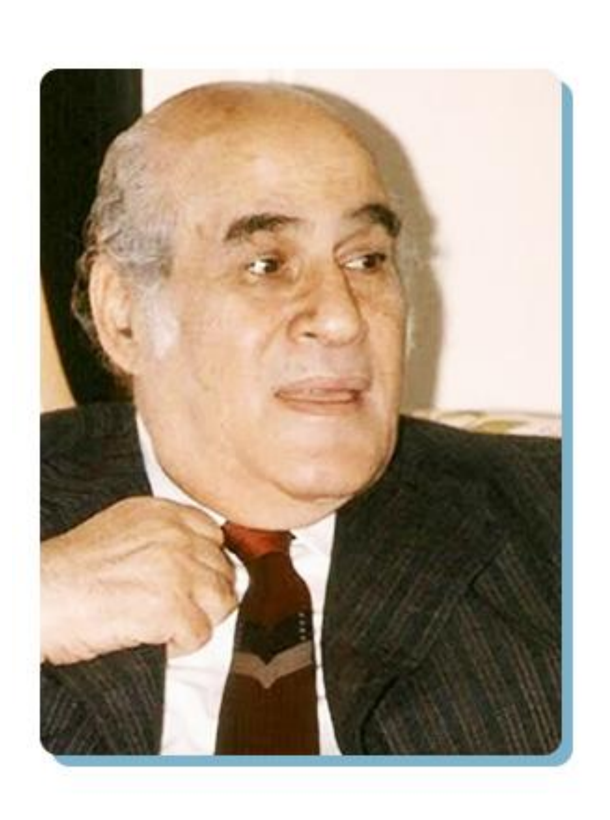
- أولاً: فن إدارة الحوار التليفزيوني وشروطه ومواصفاته وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته.
- ثانياً: الشروط العشرة لإدارة حوار تلفزيوني ناجح.
- ثالثاً: خطة طريق إجراء الحوار التليفزيوني.
- رابعاً: افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة.
- خامساً: القوائم والمدارس الأشهر في تقديم النصائح للمحاور التليفزيوني.
- سادساً: تكتيكات لإدارة الحوار واستراتيجية إجراء الحديث التليفزيوني.

الكلمات المفتاحية:

فن إدارة الحوار التليفزيوني – شروطه – مواصفاته – قواعده – عوائقه – آدابه – درجاته – خطة طريق الحوار التليفزيوني – كيفية افتتاح الحلقة الحوارية – ما يجب البدء به على الشاشة مدارس الحوار التليفزيوني – قائمة كريلنج – مدرسة لاري كينج – تسقيع الزبون – قائمة Ermie Kreilling – دليل Zemmerman – Talk BBC – تكتيكات "شارلي بياجي" – تكتيكات "مارك هنتر"، المقابلة التليفزيونية على الهواء.

أولاً: فن إدارة الحوار التليفزيوني وشروطه ومواصفاته، وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته:

الصحفي الكفوء هو الذي يشتهر بقدرته على إدارة الحديث، بكل ما يعنيه ذلك من ذوق وفهم وحس، متخذاً دور الوسيط الشفاف، الذي يفتح قناة بين الجمهور المعني والضيف، وليس دوره التركيز على ثقافته أو شخصيته أو حضوره، وعليه يقول "مصطفى أمين": "أصبح الحديث في بلادنا درساً بلاغياً رسمياً أو درس بالإملاء، أو منولوجاً يلقيه أحد المسؤولين، ويكتفي الصحفي بالتصفيق، في حين يجب أن يحاور الصحفي المسؤول ليستجوبه لا ليستجديه، ما يعني فعلياً تحول الصحافة من صاحبة الجلالة لجارية في قصر صاحب الجلالة، مهمتها استرضاء الحاكم والتغزل فيه وإمتاعه والرقص وإلقاء قصائد المديح بحضوره، بينما





الحديث محاورة بين ندين، لا ليست أوامر يلقيها السيد على عبده، إنه "محاكمة"، الصحفي من يحقق ويستجوب ويدافع ويتهم وينوب عن المتهم في الوقت نفسه، والقاضي ليقر ببراءة المتحدث أو إدانته، ومن يسمع حوار "أوريانا فلاتشي" مع "شارون" يعرف أنه أمام لعبة تنس ثم تنقلب للعبة كرة قدم، ثم تصبح ملاكمة.. والمحاوِرة الجيدة من خلالها التي تنقض على المتحاور، وحين يحاول أن يفلت منها تتراجع قليلاً، ثم تثب عليه محاولة ضربه الضربة القاضية، كانت توجه الأسئلة وكأنها تطلق مدفعها الرشاش، وكانت مستعدة دائماً للرد على أكاذيب الوزير بالأدلة والمستندات، فإذا أفلتت أعصابه هدأته، وإذا هدأ أثارته، وإذا حاول خداعها كشفته، وإذا تبرم منها حايلته، وإذا هرب منها أمسكته، فالصحفي الذي يدخل إلى مكتب المسؤول مجرداً من السلاح هو أشبه بجندي يدخل معركة حربية رافعاً راية بيضاء، ومقعد السلطة يجعل المتربع فوقه ضيق الصدر يكره الأسئلة المحرجة، ويمقت الصحفي المقاتل، ويعجب بالصحفي "المبهور" الذي يعتبر جهله عبقرية، وفراره دبلوماسية وصمته فلسفة، وعجزه دهاء، أما الصحفي هو مزيج من المصور الفوتوغرافي والرسام وطبيب الأشعة.. وعندما يتدخل هؤلاء الثلاثة داخل صحفي يستطيع الصحفي أن يخرج من غرفة المسؤول وفي يده.. الحقيقة.. كل الحقيقة.. الجمهور كالشعب يستحق الحقيقة..

يعد الحديث التليفزيوني فن السهل الممتنع، فكل من يعمل بالإعلام يستطيع أن يجري حواراً، لكن



يقول محمود أدهم نقلاً عن صحيفة التايم الأمريكية خلال حديثها عن "أوريانا فلاتشي": "المقابلات الصحفية مثل الأرجوحة ذات الطرفين، فإذا زاد وزن أحدهما عن الآخر جداً طار الآخر في الهواء، ولذلك فإنها مثل المبارزة بين ندين متساويين لا الصحفي يفحم المسؤول، أو يحاول هزيمته، ولا المسؤول يحاول اللف والدوران أو التقوقع، والنتيجة دائماً هي في صالح القراء"، ومن جانبها تقول "كارل وارين" أن المحاوِر مثل لاعب التنس المجرب، يجب أن يعرف طباع خصمه في اللعب، وأن يعرف كيف يوجه المناقشة ويرد محدثه، وأول ضروريات لاعب التنس كيف يرد الكرة فوق الشبكة، وهذا الشرط يجب أن يتوفر عند

الصحفي الذي يسعى إلى حديث مع إحدى الشخصيات، ولا يكتفي بهذه المعرفة، بل يجب أن يتعلم الصحفي شيئاً آخر، وهو كيف يرد الكرة بقوة وفجأة ومن زاوية مختلفة"، وعليه يصف لاري كينج: "الحديث" مثله مثل سيارة.. كلما اعتدت على قيادتها أتقنتها واستمتعت بها.



وعموماً تتعدد تقنيات إدارة الحوار التليفزيوني وخطوات إجرائه لكنها تتلخص في: اختيار وتحديد المصدر (الشخصية) المراد إجراء الحوار معها، وهنا يتوجب معرفة لماذا يجب أن نقابل هذا الشخص، وما الهدف من المقابلة؟ وهل نتعامل معه بصفته بريئاً أم خبيراً؟ ولماذا هذا الحوار مع هذه الشخصية، إجراء دراسة تمهيدية استقصائية حول موضوع الحديث، والاستعانة بالمعلومات الخلفية عن الشخصية والموضوع، فلا يستطيع المراوغة، أو على الأقل يحدُّ من الكذب المفضوح، فقبل أي محاورة يجب معرفة الدور الذي يلعبه هذا الشخص المحاوَر، وهل هو مصدر (أبيض) ضحية أو (رمادي) شاهد، أو جانٍ (أسود)؟ قبل الانتقال لوضع خطة الحوار والأسئلة، واستكمال أدوات إجراء الحديث، الذي يتخلله إدارة الحوار وتسجيله إذا لم يكن يبث على الهواء، ثم تحرير الحديث (منتجته).

شروط الحوار ومواصفاته، وقواعده وعوائقه وآدابه ودرجاته:

- **شروط الحوار:**
  1. الحرية الكاملة.
  2. الندية بين الطرفين.
  3. وحدة اللغة.
  4. وحدة المصطلحات.
  5. توفر كل الوثائق والأدوات.
  6. مكانٌ آمن بعيد عن التشويش والتأثير.
- **مواصفات الحوار:**
  - قبل الحوار.
  - أثناء الحوار.
  - بعد الحوار.

- **قبل الحوار:**
  - التخطيط للأفكار والمراحل.
  - تأمين الوثائق والبراهين.
  - دراسة الطرف الآخر ومعرفة نقاط القوة والضعف فيه.
  - حسم المرجعيات.
- **أثناء الحوار:**
  - البحث عن الحقيقة.
  - احترام الطرف الآخر.
  - ترك الأفكار المسبقة.
  - التمسك بالثوابت.
  - الاستقلالية.
  - الندية.
  - الموضوعية.
  - التمكن من الأدلة.
  - الإنصاف.
  - حسن الإصغاء.
  - سرعة البديهة.
  - الروح الرياضية.
  - عدم التعصب.
  - عدم التشنج والانفعال.
- **بعد الحوار:**
  - الاعتراف بالنتائج.
  - التحفظ على مالم نقتنع به.
  - استثمار النتائج.
  - استثمار العلاقة.
  - الإبقاء على روح الحوار.

- **قواعد الحوار:**
  - تحديد الهدف من الحوار.
  - اعتماد قواعد العقل والمنطق.
  - الاتفاق على المسلمات والبديهيات.
  - توحيد المصطلحات المستخدمة.

- البحث في جذور القضية وتطورها.
- تحديد المرجعيات.
- الاستعانة بالخبراء.
- دقة الوثائق والاستشهاد مع ذكر مصادرها.
- عدم التناقض في الكلام أو المواقف.
- البحث عن الحقيقة وليس الانتصار للذات.
- الخلاف من سنن الحياة، وإمكانية الخروج بحد أدنى من الاتفاق.
- البحث عن الحل الثالث.

- **عوائق الحوار:**
  - الثرثرة والإسهاب والخروج عن الموضوع.
  - عدم الوضوح في العرض.
  - الكلام بلا دليل أو برهان.
  - المجاملة واللف والدوران.
  - التناقض.
  - الغضب والانفعال والتورط في ألفاظ تجرح الآخر.
  - التعصب.
  - التشويش الخارجي على الحوار.
  - النطق غير السليم.
  - الصوت غير الواضح.
  - عدم الاستعداد النفسي للحوار والإقناع.
  - عدم التركيز والإصغاء.
  - عدم مراعاة آداب الحوار.
  - عدم ضبط النفس والانفعال السريع.
  - غموض مضمون الحوار وعدم منطقيته.
  - عدم اقتناع المتحدث بما يقدمه للغير.
  - عدم إجادة المتحدث لأساليب الإقناع.

- **آداب الحوار:**
  - الاحترام المتبادل.
  - إعطاء الفرصة الكاملة للطرف الآخر.
  - عدم القاطعة.
  - الهدوء وتجنب الردود العصبية.

- التواضع وعدم المباهاة والاستعراض الشخصي.
- عفة اللسان والاعتذار عن الخطأ.

- **درجات الحوار:**
  - التعارف واكتشاف الآخر.
  - البحث والاستطلاع.
  - الحوار من أجل الوصول إلى الهدف.
  - التفاوض على الحل
  - ملاحظات مهمة.
  - ناقش القضية ولا تناقش الأشخاص.
  - لا تطرح ولا تلتزم إلا بما تؤمن به وتملك عليه الدليل.
  - تجنب الإكثار من الحديث عن نفسك.
  - لا تقرر رغباتك واطرحها بطريقة السؤال.
  - ليس عيباً أن تطلب إرجاء بعض المحاور حتى تراجع وثائقك.

ثانياً: الشروط العشرة لإدارة حوار تلفزيوني ناجح



- اختر القضية موضوع الحوار والزاوية التي تريد معالجتها منها، أو إطاره العام ومحاوره.
- توضيح الأغراض المتوخاة من البرنامج "The Objectives" الذي تشكل الحلقة الحوارية إحدى حلقاته واختيار الشكل المناسب للحلقة من ناحية تقسيمها وفقراتها أو ما يعرف بـ "Format".
- التوافق بين فريق الإعداد (المعد والمخرج ورئيس التحرير) على الأغراض والشكل.
- اختيار المحاوِر المتخصص وضيوف المحاورَة بعناية.
- الاستعداد والتحضير، سواء عبر تحضير الوثائق اللازمة أو التأكد من تصنيفها حالة الحاجة إلى الاستعانة بها، وإبرازها بسهولة أثناء الحوار.
- إعداد الأسئلة وتوزيعها على المحاور (حال احتمال موضوع الحلقة لأكثر من محور)، ولا مانع من أسئلة أخرى قد تنبثق من سياق الحديث.

- تحضير الاستوديو من كافة النواحي، مثلاً: طريقة الجلوس لكل من المقدم والضيف، وإذا كان التصوير خارجي تحديد زمان ومكان الحديث، وغالباً الشخصيات الهامة هي التي تحدد مكان الحديث، في مكتبها أو منزلها.. لكن دون إحراج.. والجميع ينصح بالمقابلة مع القهوة.
- القيام بالتحضير الشخصي للحوار وعدم الاكتفاء بقراءة المادة التي يجهزها المعد.
- وضع خطة استراتيجية أو منهجية للحديث، مع تقديم إيجاز للضيوف عن موضوع الحلقة وطريقة تقديمها وفقراتها والوقت الأقصى والأدنى المتاح لكل مداخلة أو إجابة.
- التأكد من الإعداد الجيد للخطوات السابقة.

ثالثاً: خطة طريق إجراء الحوار التليفزيوني

يجب أن يخطط صلب الحديث التليفزيوني بعناية ودقة إجراء حوار كامل وناجح على أن يراعى أحد المسارين التاليين:

1. تحديد دليل الحديث: والذي هو عبارة عن تحديد للمحاور أو الموضوعات الرئيسية والفرعية، التي ستتم مناقشتها أثناء الحديث، ويساعد هذا الدليل على تطوير مجالات محددة للنقاش، تغطي الموضوع بكامله وتضمن تحديد الهدف من إجراء الحديث، وثمة نماذج متعددة لوضع دليل الحديث منها:

   أ. نموذج تتالي الموضوعات؛ حيث يقسم الموضوع إلى جوانب أو محاور مختلفة.

   ب. نموذج التسلسل الزمني؛ حيث يحدد المسار الزمني للحدث أو المشكلة أو الظاهرة موضوع الحديث.

   ت. نموذج التسلسل المكاني الجغرافي؛ حيث يستخدم عندما يدور الحوار حول ظاهرة عامة يقسم الحوار على وجود الظاهرة المناقشة في كل منطقة على حدىً.

   ث. نموذج تسلسل السبب-النتيجة؛ حيث تقسم الظاهرة إلى جوانبها المختلفة، ويجرى الحوار حول أسباب ونتائج كل جانب من هذه الجوانب.

   ج. نموذج تسلسل مشكلة-حل؛ حيث تحدد مجموعة المشاكل التي أسهمت في تكوين المشكلة الكبرى، ويجرى الحوار وفق تسلسل تحديد كل مشكلة، ثم مناقشة سبل حلها، وصولاً إلى حل المشكلة العامة.

2. وضع مخطط كامل للحدث: قد لا تكون الأحاديث الإخبارية السريعة بحاجة لوضع مخطط، أو حتى إلى وضع دليل، لكن المقابلات الهامة والطويلة وخاصة الرسمية منها تستدعي ضرورة وضع مخطط تفصيلي يقوم على أساس الدليل، على أن يوضع وفقاً للزمن المخصص للحديث وفي ضوء الهدف المتوخى تحقيقه من الحديث.

أهم طرق أسئلة الحديث التليفزيوني وأساليب عرضها على الشخصية:

الطريقة الأولى: طريقة القائمة Menu:

المقصود بها أن الصحفي التليفزيوني عبر المقابلة وعلى وجه التحديد خلال مرحلتي البحث في الموضوع ودراسته، واختيار المتحدث وصلته بالموضوع، يمكن وضع الأسئلة وفقاً لجوانب الموضوع المختلفة، ويحررها بالصياغة المناسبة ويرتبها في قائمة من الأسئلة، من قبيل "ما أهداف الحوار؟ وما النوايا التي أحملها تجاه الضيوف وموضوع الحلقة، ولهذه الطريقة خصائصها، ومميزاتها، وفوائدها، فهي تمتاز بالصلاحية الكاملة، من حيث الإلمام بأطراف الموضوع، وسبر غوره، وتغطيته تغطية شاملة، كما أنها تحصر الموضوع وتضعه في إطاره الصحيح عن طريق الأسئلة الأساسية والاحتياطية، وتسهل متابعة السؤال، والتوقف عند كل نقطة من نقاطه، أو عبارة من عباراته، كما أنها تساعد الإذاعي في المرئي والمسموع، على عدم نسيان أي سؤال هام، أو نقطة هامة، كما تقوده إلى جوانب الشمول والإلمام الكامل، بكل ما يدور وما تتجه إليه المناقشات، وبالتالي يساعده هذا في إعداد القائمة التي يتلوها المذيع في المقدمة على جمهوره، محدداً فيها محاور الحوار، عبر القول "سنناقش في هذه الحلقة"... أو "هدف هذه الحلقة مشاهدينا اطلاعكم على....".

الطريقة الثانية: طريقة "المَحاور" أو "نقاط الارتكاز" أو "المعالم":

المقصود بهذه الطريقة وضع محاوِر أو نقاط ارتكاز تؤسس عليها تلك المحاور، ورؤوس الموضوعات التي تجب مناقشتها أثناء المقابلة، ومن ثم يقوم الإذاعي بمناقشة تلك المحاور والنقاط مع المتحدث، وهذه الطريقة لتوصيل الأسئلة وطرحها تقترب بالمقابلة كثيراً مع طابع المقابلة الحية المرنة.

الطريقة الثالثة: الطريق المختلطة أو الوظيفية:

تعد هذه الطريقة عالية المرونة، ومتعددة الاستخدامات، ومناسبة لأنواع عديدة من المقابلات وهي تقوم على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة المهمة والأساسية التي تركز على النوعية المطلوبة من الإجابات، وقد تكون أسئلة للرأي أو للمعلومة، أو أسئلة للتفسير أو يخلط الإذاعي المسموع والمرئي بين عدد منها تبعاً لنوعية المقابلة، على أن تكون الأسئلة في عبارات وكلمات مختصرة، ووضوح كامل وصياغة جيدة، بشكل عام، وذات أهمية مطلقة ومتدرجة من الأهم، فالأقل أهمية، وكذلك الموضوعات والملاحظات بحيث تكون في شكل (محاور أو نقاط أو معالم ارتكاز) تكتب في كلمات قليلة للغاية بهدف التذكير بها فقط.

الطريقة الرابعة: طريقة الأسئلة غير المدونة "طريقة القائمة الذهنية":

هذه الطريقة منطلقها "أن لا تخوّن ذاكرتك أبداً وثق بها"، فمن يستخدم هذه الطريقة يبدي قدراً من الثقة بالنفس، والقدرة على الإمساك بحبل الكلام، وتوجيهه إلى حيث يريد، والتمسك بحرية القول والمناقشة، ومن الذاكرة القوية، ومردُّ هذه الخصائص إلى الخبرة والممارسة والتدريب الجيد على المقابلات، والمعرفة

الجيدة لما يريده المستمع، ومن أبرز مزايا هذه الطريقة ضمان توجيه الأسئلة "الطازجة" الجديدة والمنعشة التي تؤدي للحصول على إجابات مماثلة.

رابعاً: افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة

الترحيب:

لكل مذيع أو مقدم برامج طريقته في الترحيب وليس هناك قاعدة معينة أو صيغة محددة، لكن الهدف من الترحيب هو إضفاء اللمسة الإنسانية الضرورية على أجواء الحوار، وإرسال رسالة احترام ومودة للمشاهدين، وجرت العادة أن يكون لمقدم الحوار "كلاشيه ترحيبي"، محدد، متمثلاً بجملة معينة بداية ظهوره على الشاشة بعد شارة البرنامج، وربما تكون مرفقة مع إشارة بالرأس، فليكن الترحيب هدية قيمة ترطب الأجواء مع المشاهد وتشعره بالراحة والرغبة في متابعة الحوار، كالقول مثلاً: "أسعد الله أوقاتكم مشاهدينا وأهلاً بكم إلى برنامج....".

تقديم الضيوف:

وهنا لابد من مراعاة أن تقديم الضيوف هدفه التعريف بهم، ويساعد بالألفة بينهم وبين المشاهدين، ولكن الكلمات التي تستخدمها في التعريف والمعلومات التي تكشفها عن كل ضيف، لها دور جوهري بالطريقة التي يتقبل فيها المشاهد ما يصدر عن الضيف من آراء ووجهات نظر، لذا ينصح بتجنب المبالغة في تعريف الضيوف حتى لا يتخلل إلى الضيف انطباع بأن عليه أن يتعصب سلفاً لفكرة أو جهة أو رأي محدد، وعندما تبدأ بإضافة مزيد من العبارات التعريفية لكل ضيف، قد يتولد لدى الضيفين انطباع أنه ينبغي على كل منهما محاربة الآخر، والانتصار عليه، إثباتاً لصحة موقفه وتوجيهه، وبدل ذلك يمكن الاكتفاء بالقول: "نريد أن نستمع إلى وجهتي النظر في هذه القضية، ونرى إن كان هناك مجال للتقريب بينهما".

إبراز الهدف من البرنامج:

ويعلن للجمهور كما الضيوف.

أعط لكل حلقة عنواناً:

حتى لو كانت كلها تجمعها شاكلة الأحاديث.

القائمة "Menu":

في إطار تحضير الصحفي التليفزيوني للحلقة يطرح على نفسه أسئلة من قبيل "ما أهداف الحوار؟ وما النوايا التي أحملها تجاه الضيوف وموضوع الحلقة، وبالتالي يساعده هذا في إعداد القائمة التي يتلوها المذيع في المقدمة على جمهوره، محدداً فيها محاوِر الحوار، عبر القول "سنناقش في هذه الحلقة"... أو "هدف هذه الحلقة مشاهدينا اطلاعكم على...." .

رسم الصورة العامة للبرنامج والضيوف:

لفهم الجميع ما الذي سيحدث في الحلقة، وكيف تسير الأمور، عبر القول مثلاً: "سنتحدث اليوم عن....".

اختيار كلمات المقدمة بعناية:

فالمقدمة ليست حشواً ولا ملء جزء مخصص من الحلقة، وإنما لتيسير الولوج السلس إلى الموضوع قيد النقاش، ما يتيح للجمهور متابعة منهجية وواقعية.

احرص على تقديم المعلومات الأساسية:

كالإحصاءات والحقائق عن الموضوع، ويمكن للمعد فعل ذلك عن طريق تقرير مصور يعرض بشكل مرافق للحوار، أو من خلال جرافيك، ويلاحظ هنا أثناء الحوار إذا كان ضيفك مشاغباً ما يلي:

- قاطعه بطرح سؤال مباشر.
- قاطع الضيف بالتأكيد على نقطة ما، وأبرزها.
- كإجراء استباقي ينصح بوضع الضيوف بصورة البرنامج، من حيث الوقت المحدد لكل ضيف، والمحاور التي سيتناولها الحوار.
- من اللباقة في حال وجود ضيف غير متعاون أن تعمد إلى تلخيص وإعادة الفكرة بطريقة توقف الضيف عن تكرار نفسه.
- كتكتيك ناجح لا بأس من اللجوء إلى ذريعة الفاصل، أو تقديم ريبورتاج المصور المعد.
- احرص على اللجوء إلى سياسة الاحتواء المسبق للضيف الصعب، أو للضيوف المشاغبين، بتخصيص وقت محدد في مقدمة الحلقة، فمثلاً قول الصحفي: "كمدخل للحوار مشاهدينا أعطي كل ضيف دقيقة لقول ما يشاء عن موضوع الحلقة ثم نبدأ بطرح الأسئلة...".
- احرص على التعامل مع الضيوف كشركاء تريد منهم ومعهم أن تصل بالمشاهدين إلى نتيجة ما أو فكرة ما، أو توضيح مسألة ما.
- احذر أن تتسبب في إغضاب أحدٍ من ضيوفك، فالحوار كلعبة شد الحبل الذي لا يجب أن يقطع، ويترك الضيف الحوار.
- لا تهمل ضيفاً من ضيوفك أو تبتزه أو تتجاهله أو تنتقص وقته.

بعد انتهاء الحلقة المتابعة:

فالقناة الناجحة مهنياً والتي تحترم ما تقدمه، تسعى للمتابعة ما بعد نهاية الحلقة الحوارية، عبر وحدات مخصصة لذلك كما هو الحال في قنوات مثل "سي أن أن" و"بي بي سي" سواء على صعيد الضيوف وانطباعاتهم عن الحوار وعدالة ونزاهة القناة، أو من تحدث عنهم المتحاورون من شخصيات وهيئات أو عبر الجمهور ومسحه بالمقابلة المباشرة أو عبر الهاتف أو إلكترونياً، وذلك بهدف متابعة تأثير برامجها وتعديل خارطتها الحوارية البرامجية وتصويبها.

خامساً: اختتام الحلقة الحوارية وما يجب النهاية به على الشاشة:

نهاية الحلقة يعتبر تلخيص أهم ما طرح فيها في دقيقة واحدة من المهارات التي يحكم من خلالها على المستوى المهني الصحافي للمقدم، فالمحاور الناجح هو الذي لا يداهمه الوقت ولا يختم الحلقة بعبارة "انتهى وقت البرنامج..."، وإنما يحرص بمساعدة مدير الاستديو "Floor Manager" على أن يخصص آخر دقيقتين من وقت البرنامج، لتلخيصٍ سريع لأهم ما ورد فيه، ولشكر الضيوف وللإعلان عن موعد الحلقة القادمة إن كان البرنامج دورياً، وعليه يمكن تحديد القواعد التالية لاختتام الحلقة الحوارية التليفزيونية:

1) أن تلخص النهاية مجمل الحديث، وفي هذه الحالة على الصحفي أن يحاول أن يكون تلخيصه دقيقاً ويتضمن مختلف الموضوعات والجوانب التي دار حولها الحوار، فمن القواعد العريضة لختامٍ حار أن يحتوي ملخصاً، مع وجوب إبراز نقاط الاختلاف والاتفاق، وفي الخاتمة كن صادقاً في نهاية خلاصة الحلقة وكيفية تلخيصك لها، والحكمة كن حريصاً ومخلصاً، ولا تعطِ وعوداً لا تستطيع تحقيقها، أو لا تريد تحقيقها.

2) في الربع الأخير اطرح سؤالاً ما الفوائد؟ وما الأضرار؟ فصيغة أريد معرفة الفوائد والأضرار أفضل من صيغة سؤال أريد أن أعرف رأيك أو موقفك أو اتجاهك من القضية.

3) استخدام أسئلة التصفية: التي تتيح للصحفي أن يعرف إذا كان قد تعرض لمختلف الموضوعات أو مختلف جوانب الموضوع (هل هناك أي إضافات؟ أي شيء لم تتحدث عنه؟).

4) عندما يقع ضيفك في تناقض كلامه لا تقل له أنت تناقض نفسك بل قل لتساعدني على فهم ما تقول وكيف ينسجم مع ما قلته، وهنا يقال لا تطرح نكتة كي لا تقلل من جدية البرنامج أو يتأخر الضيف في فهم مغزى وعقدة الضحك والاستجابة لها، وهذا يجعل الحوار سخيفاً بدل أن يكون مضحكاً ومسلياً.

5) آخر جملة في الحلقة هي الإعلان عن نهايتها: "وهكذا نصل بكم إلى نهاية حلقة اليوم التي (شكراً لمتابعتكم) ثم صافح الضيوف وأنت تنظر إليهم، وبالتالي يمكن أن تكون نهاية الحديث باستخدام اللغة اللفظية الصريحة (وهكذا انتهى حديثنا مع...).

6) لا تحاول أن تقوّل الضيوف ما لم يقولونه، أو تدَّعي على لسانهم قولاً ما، لتثبت أن الحلقة أدت أغراضها، بل عليك هنا أن تكون صريحاً واضحاً وتعترف أمام المشاهدين في الختام أنه لم يتم التوصل إلى نتيجة محددة حول موضوع الحوار، وهنا يحق للمذيع أن يأمل ويتمنى مستقبلاً (في حوار قادم) الوصول إلى ذلك.

7) يذكر الصحفي بوضوح عزمه على إنهاء الحديث ويشير إلى تحقيق الهدف (حسناً هذا كل ما أردت الاستفسار عنه، وقد تفضلت بتقديم كل ما يهم المشاهد ويود معرفته...)، وتذكر أن المقابلة لا تنتهي إلا حين تنتهي فعلاً، فالطرف الآخر يلاحظ كل ما قلته أو لم تقله، أو فعلته أو لم تفعله، فقد تحدث مفاجآت، ما يلزم اليقظة، إضافة إلى وجوب عدم التسرع في إنهاء المقابلة

وتذكر أن المشاهد يتذكر آخر شيء قيل في المقابلة، وتذكر النهاية تشكل جزءاً لا يتجزأ من المقابلة وليس شيئاً إضافياً وملحقاً لها.

8) تجنب طرح سؤال: "هل هناك شيء تريد أن تضيفه؟"، فهذا السؤال خطير يمكن أن يفتح باب النقاش من جديد في الوقت الذي يزف وقت الحلقة على الأفول، ويشارف الزمن المحدد على الانتهاء، ولا بأس من سؤال حول الرسالة التي يود إيصالها وتوجيهها للجمهور ختاماً أو الإضافة الأخيرة له، دون تجاهل شكر الضيوف والمشاهدين، والحكمة أن لا تطرح موضوعات وأفكار جديدة في الوقت الذي تكون فيه المقابلة وصلت عملياً أو نفسياً إلى نهايتها.

9) يستحسن إعلان الموعد المحدد للحلقة القادمة، خاصة إذا كان موضوعها يرتبط بالحوار الحالي، أو استكمالاً له، مع الحرص في خاتمة الحوار ونهايته على إعطاء أرقام هواتف وأسماء لأشخاص ومؤسسات يهم المشاهدين التواصل معها فيما يتعلق بموضوع الحوار.

10) يجب أن تشير النهاية إلى اختتام المقابلة وليس إلى انتهاء العلاقة مع الشخصية، فالعمل التليفزيوني قد يتطلب مقابلات مستمرة أو دورية، حيث يجب أن تؤدي النهاية إلى تعزيز العلاقة مع الشخصية وأن تؤكد إيجابية وأهمية الحديث، وهنا يتوجب التعبير عن رضا الصحفي بالحديث (استمتعت بالحديث معكم.. وأشكركم على كل ما تقدمتم به من..).

11) يستطيع الصحفي أن يشير إلى حقيقة انتهاء الوقت المخصص للحديث وخاصة إذا كان ثمة اتفاق مسبق مع الضيف على وقت محدد: (الوقت انتهى الذي تكرمت به)، وعموماً فإنه عند التسجيل أو الهواء يعرف الضيف من خلال إشارات مدير الاستديو إلى الصحفي بقرب انتهاء الوقت، أو الوقت المتبقي لينهي الحوار، حسب الخطة البرامجية للقناة.

12) تجنب ما أسماه "إيرفنج كوفمان" الوداع الفاشل، الذي يحدث حينما يودع الصحفي ضيفه ثم يتذكر أنه نسي شيئاً، ويحاول استئناف الحوار وإعادته لنقطة الصفر، وكذلك تجنب النهاية المزيفة أو المصطنعة، ويحدث ذلك عندما تشير الرسائل اللفظية وغير اللفظية أن المقابلة في طريقها إلى النهاية، ما يوجب الانتباه.

سادساً: القوائم والمدارس الأشهر في تقديم النصائح للمحاور التليفزيوني

قائمة كريلنج في الحوار التليفزيوني والإذاعي:

وضع هذه القائمة خبير الاتصال الأمريكي "إرني كريلنج، Ernie Kreilling" التي نشرها "شوارت هايدي" في جامعة فرانسيسكو، ضمن كتاب "المذاع في الراديو والتليفزيون Television and Radio Announcing"، تحت عنوان: "ما يجب فعله وما يجب تجنب فعله، "Does and Don't"، التي تغطي محاور ثلاثة هي:

(الإعداد للحوار) و(التعامل مع الضيف) و(إدارة الحوار)، وتبدأ القائمة بأصول الحوار المرئي التي تهتم بما يلي:

- حركة الجسم تعتبر مهمة جداً وتمثل 65% من عملية التأثير في الحوار، لذا يجب الاهتمام بها جداً، كحركة اليدين التي لا يجب أن تكون عشوائية.
- لغة العينين: وضع الله سره في هذه البلورتين التي يعتبرها العامة "مغرفة الكلام"، فيما يعتبرهما الأدباء نافذة الروح، فمن المهم إحسان استخدامهما، وتوجيه النظرات بالتساوي بين الحضور، وأن تحمل العينين نظرات عميقة تستوعب المتحدثين والمخاطبين والمتابعين.
- الاهتمام بالمظهر الخارجي للشكل هو مفتاح المضمون، كما يرى البعض، لذا يجب الاهتمام فيه، كتهذيب الشعر، والاهتمام أيضاً بالملبس، وليس العبرة في ثمن اللباس وفخامته، بقدر ما تكون في تناسقه ونظافته وأناقته (كيّه)، وانتهاء بالاهتمام بالحذاء ونظافته وتلميعه.
- استخدام كل الوسائل المتاحة في المكان قدر الإمكان لتنويع طريقة عرض الأفكار.
- وضوح الصوت والكلمات بدون رفع للصوت أكثر من المطلوب أو خفضه بما يعيق السماع.
- تغيير مستوى الصوت من وقت لآخر، لجذب الانتباه والتركيز على بعض النقاط.
- استخدام لحظات الصمت في وسط الحديث حال الاحتياج لها، تثير انتباه المستمعين وتعيد جذب الانتباه من جديد.
- معايشة الجو الشعوري للكلمات وإظهارها عبر نبرة الصوت، كالانفعال، القوة، الحزن، الهدوء التأثر، الألم.
- تجنب المتكررات "اللازمة" مثل كلمة "يعني، ماشي.." والبحث عن "لازمات" كل شخص والانتباه لها فترة من الوقت لحين التوقف عن استخدامها بشكل عفوي دائم.

مدرسة لاري كينج (Larry king) في صناعة الحديث التليفزيوني:

أسس الإعلامي الأمريكي البارز الذي ولد في 19 نوفمبر 1933، لاري كينج واسمه الأصلي Lawrence Harvey Zeiger مدرسته الخاصة في قناة CNN عبر برنامجه الشهير "لاري كين لايف"، (Larry King Live)، ويقول "لاري" فيها: "رغم استمتاعي بالكلام.. فإنني أدرك السبب في عدم ارتياح أكثر الناس له.. إنه الخوف من التفوّه بشيء خاطئٍ أو حتى قول شيء صحيح بطريقة خاطئة!!، ليضع فصول مدرسته من خلال ما يلي:

أساسيات الحديث، حيث يعتقد أن أسس المحادثة الناجحة هي:

- الصدق: فعنصر الصدق مع المخاطب هو الذي يجعل المحادثة تفاعلية، فالصدق في عرض وشرح مشاعرك مع المقابل يجعلك تمتلك زمام الأمور.. ويكسبك تعاطف الجميع.. كما أنه يقضي على التوتر.
- اتخاذ الموقف الصائب.
- ابدأ الاهتمام بالشخص الآخر.
- التفتح.
- التخلص من رهاب الميكروفون: حيث أخذ على عاتقه الالتزام بأمرين:
  1) الالتزام بالصواب من الحديث.
  2) العمل الجاد على تحسين قدرته على الحديث.

كسر حاجز الثلج: كيف نتحدث عن الغرباء؟

- التغلب على الخجل- من جانبك ومن جانبهم.
- المبادرة بالحديث.
- أسئلة ينبغي تجنبها.
- القاعدة الأولى للمحادثة.
- لغة الجسد.
- أما عاد الكلام يتضمن ألفاظا بذيئة؟
- ما يساعد المحاور على أن ينجح في حواراته التلفزيونية:
  1) لا تقم إلا بما تطيب له نفسك.
  2) ابق مواكباً للأحداث.
  3) ابتعد عن الأفكار السيئة.
  4) لا تفرق بين الأحاديث الإذاعية والتليفزيونية.
  5) اجتهد في تطوير هذه العناصر الهامة (الصوت، الإلقاء، المظهر في التلفزيون).

تقنية "تسقيع الزبون" لمقابلة ناجحةٍ:

وضع هذه التقنية "يسري فوده" من خلال برنامجه "سري للغاية"، ولقاءاته في "آخر الكلام"، ناقلاً تجربته في إجراء المقابلات مع أنماط مختلفة من المصادر ويعرّف بالتقنيات الأنجح لاستخدامها، من لحظة اختيار الملابس المناسبة للمقابلة إلى العودة بصيد ثمين بعد إجرائها، وقد بدأ "فودة" تقنيته بالتعريف بأنواع المصادر التي ستحتاج لمقابلتها، والتي حددها بالمتعاطف، والمحايد وغير المتعاطف، مع تركيزه

على نوعين من التواصل، اللفظي وغير اللفظي، مشدداً على أهمية التواصل غير اللفظي مع المصدر، كلغة الجسد، ومكان اللقاء وكيفية الجلسة التي ستتخذها أنت ومصدرك، وحال إتقان استخدام هذا النوع من التواصل ستنجح بالخروج بمقابلة مميّزة، وقراءة مصادرك جيداً، ومن كسبهم بطريقة غير مباشرة، ومن النصائح التي قدمها في أسلوبه تقنية "تصقيع الزيون" خلال وبعد إجراء المقابلات الآتي:

- ارتدِ الملابس التي تشعرك بالراحة، ولكن، كُن ذكياً عند اختيارها، بحيث تكون مقبولاً اجتماعياً.
- كيّف نفسك لتتأقلم مع طباع مصادرك ومواعيدهم.
- اتصل بمصدرك قبل وقت من موعد المقابلة لتذكيره بالموعد والتأكيد عليه.
- كُن في موقع المقابلة قبل الموعد بوقت كافٍ لتكون على أُهبةِ الاستعداد.
- افتح مواضيع تثير قابلية مصدرك للتحدث.
- اصمت لتسمع مصدرك جيداً، واصمت كذلك لتجعل بعض الأحداث تعرض نفسها بنفسها.
- ألقِ بأول 15 دقيقة إلى سلة المهملات، فتكمن أهمية هذه الدقائق بإخراج المقابَل من حالة اللاوعي التي تحدث بسبب الأشخاص الجدد والمكان، هيبة الكاميرا، الأضواء أو المسجلات الصوتية، كما تكون هذه الفترة كافية لكسر حاجز التقاء العيون.
- كُن مقتصداً بالتعامل مع الحقيقة، أو بمعنى آخر "اعرف كيف تكذب" حين تتعامل مع المصادر وغيرهم، مثلاً: إن تمت مواجهتك بأمر، أزعجهم خلال اللقاء وكُن ذكياً بإخراج نفسك من المسؤولية بإجابات مثل "حضرتك لم تبدي انزعاجاً من البداية".
- احرص دائماً على أن تكون مواضيعك التي تطرحها مناسبة لسياق الزمان والمكان، من هنا تكمن براعتك ويظهر تميزك، بمعنى آخر، تبنّى تعريف الجاحظ للبلاغة "مناسبة المقال لمقتضى الحال".
- فكر بنوع مقابلتك، هل هي مكتوبة أم تلفزيونية؟ وإن كانت تلفزيونية، هل هي مباشرة أم مسجلة؟ يجب أن تفكر جيداً بهذه الأمور وبناءً عليها تبحث عن أفضل الطرق للخروج بمقابلة ناجحة وغنية.
- إن كنت ستقابل مسؤولاً، فاحرص ألا تقابله وهو جالس على مكتبه، فهذه الجلسة المتعالية ستؤثر عليك وعلى الجمهور نفسياً وذهنياً، حاول بطريقة ذكية وبأسلوب لطيف تغيير مكان جلوسه لتكونا على تساوٍ.
- ابحث عن المشتركات بين إجابات مصادرك واربطها ببعضها البعض، هكذا قد تستطيع الخروج بكثير من الحقائق والخفايا التي تبحث عنها.
- ابقَ محايداً، مهما عرفت عن المصدر.
- مسؤوليتك كصحفي حماية مصادرك، مهما كانت المخاطر التي ستتعرض لها.

- ضرورة كتابة الأسئلة التي ستواجه بها مصدرك.
- في حين لم يتجاوب معك المصدر اتّبع أسلوب "تسقيع الزبون"، أي "مسايسة" المصدر والصبر عليه حتى تُخرج منه ما تريده.
- إمكانية خوض الصحفي بأمور ضد القانون فإذا كنت تمتلك الأدلة، تخبئ حسن النية وتسعى للصالح العام فلا بأس بذلك.

قائمة الباحث الأمريكي Ermie Kreilling أثناء إجراء المقابلات:





- ابحث في خلفية الضيف.
- اجعل الضيف يشعر وكأنه في بيته.
- لا تقدم لهم الأسئلة مسبقا.
- لا تشر إطلاقا إلى النقاش الذي دار بينك وبين الشخصية قبل التصوير.
- حاول أن تؤكد وتوضح إمكانيات ضيفك في بداية المقابلة.
- من وقت لآخر وبطريقة غير مباشرة اذكر اسم ضيفك ومؤهلاته.
- اعرف واستنبط حقائق جديدة وعميقة. لك عقل.
- كن ثابتاً، لا تستسلم للأجوبة المراوغة.
- استمع باهتمام إلى أجوبة ضيفك، واستخدم تقنيات الاستماع.
- لا تقاطع الضيف، مستخدماً تعليقات ليس لها معنى: (إم.. صحيح.. نعم.. هذا مثير للاهتمام)
- لا تساند ضيفك ولا تتذلل له.
- احتفظ بهدوئك.
- ناقش الموضوع مع ضيفك.
- تذكر أن الضيف هو الخبير.
- تذكر أن الضيف هو النجم.
- حافظ على سيطرتك على الحوار.
- في الحديث التليفزيوني لا تدع الضيف يواجه الكاميرا.
- في ختام الحديث اشكر ضيفك بحرارة.

- تأكد أن الموضوع الذي يدور الحوار حوله مثير للاهتمام ومهم.
- حين يكون ذلك ممكناً عدد القضايا أو الموضوعات التي سيتم مناقشتها أثناء الحديث.
- اذكر وأكد أهمية الموضوع.
- اكتب أو على الأقل سجل ملاحظات عامة.
- إذا لم تخطط لحديثك ولم تحدد طوله حاول بناءه باتجاه تصاعدي نحو النقطة العالية.
- خطط أو حضر على الأقل لبضعة أسئلة لبدء المقابلة.
- عموماً حاول أن تجعل الأسئلة تعتمد على أساس تصريحات الضيف.
- اجعل انتقالك من موضوع إلى آخر منطقياً وناعماً ولطيفاً.
- كن مستعدا لسؤالك التالي.
- في الحديث التليفزيوني أفحص ملاحظاتك وعد إليها علناً وليس خلسة.
- اجعل سؤالك مختصراً ومباشرة وركز على النقطة الهامة.
- لا تطرح اسئلة تستدعي جواب نعم/لا.
- اطرح اسئلة يمكن أن يطرحها الشخص العادي.
- تقدم خطوة إلى الأمام واطرح أسئلة مثيرة للاهتمام.
- تجنب الأسئلة الواضحة.
- حاول أن تتجنب الأسئلة التي يمكن التنبؤ بها.
- أبرز وشدد على الأجوبة الهامة.
- لا تعقب على تصريحات ضيفك بتعليقات ليس لها معنى.
- لا تجب عن السؤال وأنت تطرحه.
- لا تشعر أنك مرغم على أن تجعل مقابلتك مجرد جلسة سؤال وجواب.
- لا تشعر أنك مرغم على القفز إلى السؤال التالي.
- لا تطرح أكثر من سؤال واحد في الوقت ذاته.
- اسأل عن بعض المصطلحات أو الكلمات المهنية.

دليل الباحث Zemmerman للأسئلة:

- لا تبدأ بتوجيه الأسئلة الصعبة.
- غالباً ما يكون السؤال الأول ذا نهاية مفتوحة.
- راقب جيداً واستمع جيدا حين تتحدث الشخصية.
- ابدأ بطرح الأسئلة وفق الترتيب الذي حددته مسبقاً.
- استمع جيداً إلى الإشارات.
- لا تنس السؤال الرئيسي.
- لا تتردد في طرح سؤال محرج.
- لا تخف أن تسأل أسئلة ساذجة.
- تعلم توجيه أسئلة صغيرة ومكملة.
- غير اتجاه الحديث من أجل تأجيل طرح الأسئلة الحساسة.
- لا تتخلى عن السؤال لمجرد جواب الشخصية "بدون تعليق".
- أحياناً يحصل الصحفي على أفضل قول أو معلومة بعد أن تعتقد الشخصية أن الحديث انتهى.

نصائح في المقابلة التليفزيوني حسب دليل هيئة الإذاعة البريطانية BBC Talk:



والتي ترى أنه من المسلم به أمور عدة قبل البدء بأي مقابلة:

- التعريف عن اسمك قبل البدء بالمقابلة كنوع من كسر جليد أولي.
- التعريف بالجهة التي تعمل لها ولديها.
- التعريف بالسياسة العامة والخطوط العريضة التي ستنتهجها المقابلة (مع الحرص الشديد على عدم إعطاء الأسئلة ولو ألحَّ الضيف وفي حال الضرورة إعطائه جزءاً بسيطاً منها وليس كلها، لأن أهم عنصر في المقابلة هي المباشرة والمصداقية)، كما يمكن تقديم محاوِر الأسئلة وليس الأسئلة للشخصية الاعتبارية مع الاحتفاظ بحق التعقيب.
- تحديد موعد للمقابلة حسب راحة الضيف ولا تنسى هنا ضرورة أن تكون لحوحاً.
- الحرص على تأكيد الموعد قبل يوم، وذلك لإعطاء الضيف أهميته وأهمية المقابلة معه.

- إحضار الكاميرا وجهاز التسجيل.
- إحضار ورقة وقلم لأنك ولو لم تستخدمها فإن لهما فوائد لوجستية (لترتيب الأفكار ويفضل على الأقل إن لم تستخدمهما التظاهر بذلك).
- الحضور بوقت المقابلة تماماً أو التأخر خمس دقائق لا أكثر لأن الالتزام من أهم صفات الإعلامي.

سابعاً: تكتيكات لإدارة الحوار واستراتيجية إجراء الحديث التليفزيوني

ثمة تكتيكات كثيرة لإدارة الحوار وإجراء الحديث التليفزيوني، نبرز أهمها فيما يلي:

تكتيكات "شارلي بياجي" لتسلسل الأسئلة في إدارة حوار الحديث التليفزيوني:

- **تسلسل أو تكنيك القمع: (تضمن عدم تهرب الضيف من الإجابة):** وتبدأ عادة من فكرة عامة، ثم تنحصر في مجموعة من الحقائق والملحوظات الهامة، أي تبدأ بسؤال عام ثم تنتهي بأسئلة محدودة، وهي أقرب لما يجري في قاعة المحكمة من استجواب، حيث يحرض المحامي وضع شاهد معين لحدث محدد، في الموقف الذي يرغبه، فيبدأ بسؤال عام ثم ينتهي بالسؤال الذي غالباً ما يكون محدداً جداً ولا مفر من الإجابة عليه، ومثل هذه الطريقة تضيق الخناق على من تستجوبه لدرجة لا يستطيع معها تفادي الإجابة عن هذا السؤال المحدد، ولأن شكلها كالقمع لأنه يبدأ بالعام وينتهي بالخاص، فالمعطيات التي تنبثق عن أسئلة عامة ستقود منطقياً إلى السؤال عن التفاصيل والأمور المحددة والخاصة، حيث تبدأ عملية الحوار بفكرة عامة ثم تنحصر في مجموعة من الحقائق والملاحظات الرئيسية أي تبدأ بسؤال عام ثم تنتهي بأسئلة محددة... والخلاصة أن هذه الطريقة تمتاز بأنها تضع الضيف في موقف لا يستطيع فيه أن يتهرب من الجواب أو يتجنبه سواء الإجابة على السؤال العام أو الأسئلة المحددة التي تتبعه.
- **تسلسل أو تكنيك القمع المعكوس (المقلوب): (تضمن الحصول على رأي الضيف بوصفه خبيراً):** والمقابلة وفق هذه الطريقة تبدأ بسؤال محدد ثم تتسع إلى طرح أسئلة أشمل، بهدف الوصول إلى رأيٍ مبني على أساس التوسع التدريجي في إجابة المتحدث من حدث أو حقيقة معينة، وبالتالي فهو ينطلق من الخاص والتفصيلي ويتجه نحو العام، ولذلك يبدأ بسؤال ذي نهاية مغلقة، ويتابع باتجاه أسئلة ذات نهاية مفتوحة، فالحوار هنا يبدأ بسؤال وموضوع محدد ثم يتسع ليطرح أسئلة أشمل ومن ثم موضوع أشمل، والهدف من هذه الطريقة الوصول إلى رأي أو تعليق تمتاز هذه الطريقة بأنها تعطي للضيف مصداقية بوصفه خبيرا.

- **تسلسل أو تكنيك النفق: (تضمن الحصول على رد فعل سريع وحقيقي وفوري من الضيف دون تفكير):** والمقصود بالمقابلة التي تشبه النفق أنها تشبك معاً لسلة من الأسئلة حول الموضوع نفسه، وإما أن تكون هذه الأسئلة كلها من النوع المفتوح، أو تكون من النوع المقفول، والهدف التوصل إلى ملاحظات سريعة حول حدث معين، وتفيد في الحصول على ردود فعل في مكان الحدث، وذلك لأن الأسئلة التي لا تتيح مهلة طويلة للتفكير، وبالتالي فهذه الطريقة عبارة عن سلسلة من الأسئلة ذات النهاية المفتوحة أو المغلقة تسمح بقدر من السبر والتحري، وغالباً ما يسمى هذا الأسلوب خيط الخرز، ويمكن أن يغطي كل سؤال محوراً أو جانباً أو حتى موضوعاً مختلفاً، يستفسر عن جزء من المعلومات أو تقييم موقف، وبالتالي هنا يطرح المحاور سلسلة من الأسئلة حول موضوع معين (أسئلة مغلقة ومفتوحة).
- **تسلسل أو تكنيك المتوالية الخفية (تضمن تحطيم استراتيجية الضيف الدفاعية):** عادة ما يقصد بها محاولة خداع المتحدث، عن طريق طرح الأسئلة الصعبة والسهلة معاً، وكذلك المغلقة مع المفتوحة، والأسئلة الودية مع الهجومية... وقد تخلط الأسئلة المحرجة مع الأسئلة التي لا علاقة لها بالموضوع. فيما يبدو أنه تسلسل متوال عشوائي وبهذه الطريقة يمكن تبادل أنواع مختلفة من الأسئلة ربما طرحها بالتوالي يفاجئ المتحدث ويستدرجه إلى إجابة غير متوقعة، ولهذا فاستخدام هذه الطريقة يضع الإجابات جنباً إلى جنب سواء التي قيلت أولاً أو قيلت بعد ذلك، كما تمتاز هذه الطريقة أنها تمكن من استدراج المتحدث إلى إجابات غير متوقعة وتفيد في تغطية الموضوعات العامة.
- **تسلسل أو تكنيك الطريقة الحرة: (تناسب المقابلة الشخصية وتفيد الحصول على آراء الضيف دون ضغوط):** في المقابلة الحرة ليس هناك توجيه للأسئلة فهي تهدف الحصول على إجابات مفتوحة، ومن خلالها يختبر الإذاعي ذكاء المتحدث، ويحاول فهم المبررات التي يقدمها، وأن يحكم على مدى تمسك المتحدث بآرائه، هذه الطريقة تصلح في مقابلة الشخصية التي يحاول الصحفي أن يحوم حول شخصية فيصفها، ويوجه أسئلة للحصول على نوادر، بقصد الحصول على إجابات محدودة، وإجراء حوار حيوي وطبيعي ومثمر، ومهما كانت المقابلة حرة ومفتوحة فعلى الصحفي أن يضع في اعتباره ضرورة توجيه النقاش ويحافظ على اهتمام المتحدث وينمي ثقة المتحدث فيه، وبالتالي يترك كل شيء لاعتبارات اللحظة ولكيفية سير الحوار وتطوره وللمعطيات الجديدة المنبثقة من الأجوبة، وهنا ليس هناك تحديد وتوجيه معين للأسئلة، فهي تهدف إلى الحصول على إجابات مفتوحة، كما أنه من خلالها يختبر المحاور مدى تمسك الضيف بآرائه..

- **تسلسل متعدد الأبعاد: وأوجدها وطورها "جورج غالوب"** من أجل تحديد كثافة الآراء والمواقف وتمت الإفادة منه في المقابلات الصحفية والإذاعية والتليفزيونية، ويتضمن خمس خطوات تبدأ من وعي الضيف المحاوَر وإدراكه للقضية إلى المواقف المؤثرة ثم المواقف الخاصة وأسبابها وقوتها.
- **التسلسل الزمني:** ويستخدم هذا التسلسل في المقابلات التي يكون عنصر الزمن والتسلسل الزمني بأحداث مسألة هامة، فيجري الصحفي مثلاً حديثاً مع شاهد عيان في حادثة إطلاق نار بالشارع ويطلب منه الانطلاق من البداية ثم يتسلسل في الزمن.
- **التسلسل المختلط:** وهو التسلسل الذي يكثر من استخدام مختلف أنواع الأسئلة دون تسلسل محدد أو حتى منطقي، ويسعى الصحفي إلى إثارة الضيف المحاور عن طريق خلط الأسئلة الصعبة والسهلة معاً، وكذلك الأسئلة ذات النهاية المفتوحة وتلك ذات النهاية المغلقة، والودية والهجومية والمنحازة والمحايدة كما يعتمد الصحفي مفاجأة الشخصية لتقديم إجابات غير متوقعة، وغالباً ما يستخدم هذا الأسلوب في أحاديث الموضوعات والشخصيات.

حيل المخبر الصحفي الأكثر شيوعاً:



للمخبرين حيلهم التي يجعلون بها الناس يتحدثون ويبوحون بما لديهم من معلومات قد تكون في أحيان كثيرة خطيرة وغير متوقعة، وتتراوح هذه الحيل بين التطبيق غير الضار نسبياً لإراحة الشخص المُقَابل، والممارسة الأكثر إيلاماً الخاصة بالتنصت على شخص أو التقاط صورة محرجة له.

- **الحيلة الكبرى تكنيكات الجواسيس:** كالتنكر لإخفاء حقيقته الصحفية بغية الوصول إلى حقائق ومعلومات خفية يتعذر الوصول إليها إذا ما أظهر بطاقته الحقيقية، وحدث أن مخبراً من برنامج Prime-Time Live في شبكة تلفزيون ABC تنكر في هيئة عامل يقوم بتعبئة اللحوم في سلسلة متاجر كبيرة للبقالة لكي يكشف الممارسات غير الصحية، ويدافع المخبرون عن هذه التكنيكات بقولهم "إن للجمهور الحق في معرفة الشرور التي تحدث في الأماكن التي لا يمكن الوصول إليها، وهذه هي الطريقة الوحيدة لكشفها".
- **مداهنة السكرتيرات:** تعد من الفنون الرفيعة التي تضمها ذخيرة المخبر الصحفي والتي تمكنه من الوصول بسرعة إلى معلومات يحتاج لجمعها والتأكد منها وقتاً طويلاً وجهداً مضنياً.

- **تحطيم الجليد:** عبر الحديث مع المصدر عن موضوع إنساني وبعيد تماماً عن موضوع المقابلة بغرض جعل المصدر يشعر بالارتياح ويزيل أي ضيق أو توتر سابق.
- **المباغتة:** وتتحقق عن طريق مباغتة المصدر بسؤال محدد بعد سلسلة من الأسئلة التافهة ما يجعله يخرج عن الطريقة التي يفكر بها، وبالتالي قد يؤدي ذلك إلى الإدلاء بمعلومات بدون قصد أو تفكير.
- **خداع المصادر:** لجعله يعتقد أن الصحفي يعرف أكثر مما يعرف حقيقةً، وهي من أكثر الحيل شيوعاً وتعد ناجعة في كثير الأحيان، وتستخدم حال خمن أن شيئاً ما صحيح دون أن يستطيع إثبات ذلك.
- **تشكيل الإجابات:** في بعض الأحيان يمكن للمخبر الصحفي تشكيل إجابة ما بسؤال إرشادي مثلاً (ألا تعتقد أن خصمك كان غير نزيه في طريقة تقديمه للتسجيل؟) ربما لم يكن المصدر ينوي الدخول في تراشق مع خصمه لكن في ظل هذا السؤال يصبح من الصعب تحاشي المواجهة بدون الرد.
- **وهناك بعض التكتيكات التي كوّنت إجماعاً على إدانتها داخل أوساط الصحفيين إلا في حالات نادرة منها:** (تقديم المخبر نفسه بصفة غير صفته الحقيقية – التهديد والابتزاز – تصنّع النزاهة).

تكتيكات إجراء المقابلة في الاستقصاءات حسب "مارك هنتر":

يحدد هنتر" عبر تجربته الاستقصائية الفريدة مجموعة رائعة من تكتيكات المقابلة، تعكس شخصية الصحفي، ما يوجب على الصحفي الاستقصائي تطوير ذخيرته الخاصة من تلك التكتيكات، وتتجلى في إجراء المقابلة، والحديث والاستماع،

- تسلح بالأخبار: (أحضرها معك)، فسجلات الأخبار المليئة بالأخطاء من المفيد مراجعتها مع المصدر لمعرفة ما الحقائق الصحيحة.
- سيطر على الوضع: فكر بالمقابلة على أنها "مكاسرة" إدارات، فالوقوف في منطقة تشعر بالراحة تجعل الصحفي يسيطر على أدواته.
- اترك مسافة بينك وبين مصدرك فالمصدر ليس صديقاً وبالتالي إذا أصبح الصحفي صديقاً لمصدره سيخونه، فكثير من المصادر دجالون وقد يُغرق الربان بحارته فلا يغرق معه، كما أنه ليس عدواً يتوجب سجنه حتى لو كان بريئاً.
- استعمل دفاع المصدر ضده، حيث يقول المثل كن مثل الصحفية الإيطالية "أوريانا فلاتشي" في مقابلتها الكلاسيكية مع وزير الخارجية الأمريكية الأسبق هنري كيسنجر حينما ابتدأت بمواجهة

مذلة حين أدار لها ظهره ثم سألها إن كانت ستقع في حبه فغضبت وأدركت أنه يعاني من مشكلة معينة مع النساء وأنه يستغل صحفية تقوم بعملها بأخلاق، وبالتالي لا يستحق شفقتها فعاقبته بأسئلتها التي تركز على جزيئات محددة من المعلومات تتالياً إلى أسئلة تستخدم خدعة الاستفزاز أو الإطراء الأنثوي من مثل: أسألك الآن ما سألت رواد الفضاء؟ ما الذي تستطيع فعله بعد سيرك على القمر، وشيئاً فشيئاً أصبح كيسنجر غير متوازن وفقد سيطرته على المحادثة وعلى نفسه وما أفضى به كنتيجة فتح مدخلاً لها إلى صميم القوة، والخلاصة لاتحمل شفقة حيال الأقوياء بخاصة حين لا يلعبون بشكل عادل، وإذا رأيت ضعفهم "استغله".

- فاجئ المصدر: بمراجعة المعلومات والمقابلات الماضية يمكن للصحفي أن يشق أرضية جديدة وسيدهش حين يرى ما تجاهله الصحفيون عن ذلك المصدر.
- دع المصدر يفاجئك عبر سماع المصدر وتركه يتحدث ويطرح الأسئلة وتشجعه على الإجابة عنها بدل التقيد بتسلسل أسئلتك.
- اجعل المصدر يعمل: يجب تحفيز ذاكرة المصدر وإطلاق تجاربه المؤلمة ليأخذك في رحلة عبر الأحداث المناقشة.
- أصغِ إلى المصدر: وهو الرمزية خلف الحوار، فيجب عدم تجاهل المغزى، وخاصة إذا كان متعلقاً بتغير صوت المصدر، الذي يعد كعلامة على التوتر أو للحظات التي تصبح فيها لغة المصدر غامضة أو مكررة فهذا دليل استحضار الذاكرة أو حين يجيب المصدر عن سؤال لم تسأله فهو إما يحاول الإخبار عن ما هو مهم حقاً، أو يحاول تجنب منطقة مهمةٍ من الموضوع.
- ضع المصدر ينخرط معك بالموضوع: فالعلاقة مع المصدر قد تكون أكثر أهمية من أي معلومة يخبر بها ما يوجب البقاء على اتصال دائم بالمصدر لتشارك المعلومات والتعليق عليها فاطلاع المصدر على تقدم المستقصي في العمل سيشعره بقيمة معلوماته وتجعله منخرطاً بعمق في المشروع وشريكاً فيه. كما أن على الصحفي أن يعلم أن أكبر خطأ كلاسيكي هو اعتبار مقابلة المصدر من أجل المعلومات فقط وليس من أجل استكشاف العاطفة، ولعل إدراك بوب وودرود وكارل برنستين أن خوف مصادرهما له قصة كبيرة ورئيسة هو ما أوصلهما إلى الووترجيت، وعموماً من أبسط أساليب التعامل مع ردود الفعل العاطفية للمصدر أو مستقصي كتابتها في مجرى التحقيق وتحديد أماكن ورودها وما قادت إليه من أحداث وكيفية التحقق منها مثلها مثل غيرها لتعريف أنماطٍ معينة للتفاعل مع المصادر وأماكن الخطر التي تمليه تلك المشاعر وما يتوجب فعله من تأكيد أو بناء تحالفات للحماية.

- راجع ملاحظاتك فوراً فربع ساعة بعد المقابلة قد تكون كافية كي لا تنسى أن تكتب ملاحظاتك من انطباعات ومواقف غامضة وتفاصيل ستخطر لك فور انتهاء المقابلة ويتوجب عليك حصرها وتسجيلها.
- لا تستسلم قط إن رفض المتسبب مقابلاتك فالتحقيق لا يكتمل إلا بمواجهته وفي هذه الحالة إذا قال المصدر "لا أريد الكلام معك" تشمل الإجابات الصحيحة عليه ما يلي:
  - "من فضلك قل لي إذاً مع من يجب أن أتحدث بدلا منك".
  - "من فضلك سجل رقم تليفوني في حال إذا أردت محادثتي فيما بعد".
  - "سأعود إليك فيما بعد عندما يكون لدي معلومات أكثر، من حقك التعليق على أي حقائق تعنيك وسوف أحترم ذلك".
- خذ استراحة قصيرة كلما استطعت: لا يجري صحفيو الأخبار مقابلات تطول عن ساعة أو ساعتين لكن المقابلات الاستقصائية قد تطول لأيام مع فواصل زمنية لذا يجب أن يكون الصحافي واعياً إذا تعب المصدر أو توتر فلا يستفذه ويجعله عدوانياً.

نصائح تكتيكات الحديث خلال التقصي:

خلال التقصي ينصح أن تكون تكتيكات الحديث وفق التالي:

- يفضل أن لا يقول الصحفي لمصدره حين يبدأ الحديث، معه (هل هناك مشكلة، أو إذا كان لا يسبب لك ذلك مشاكل) فهذا يوحي بالخوف، بل عليه أن يطلب المساعدة لتكون القصة الاستقصائية التي يرويها كاملة.

- لا يقال للمصدر أنت الوحيد الذي لديك معلومات وقادر على المساعدة أو حل القضية، بل يجب جعل المصدر يدرك أن للصحفي مصادر خبيرة مثله يمكن أن تساعد.
- وضح منذ البداية هدف تحقيقك ومضمونه للمصدر، عبر القول: "أنا هنا لأنني أؤدي هذا، هل لديك متسع من الوقت؟ هل يمكنني تدوين كلامك؟ إذا ما أخبرتني بشيء لا تريد نشره سأتوقف عن تدوينه، أشرح ذلك من البداية، فالصحافي الاستقصائي باحث عن الحقيقة وليس جراحاً يجري عملية جراحية".
- يجب أن تحدد للمصدر سبب اختياره، كما سبب اختيار الموضوع مضمون التحقيق، فإذا سأل لماذا موضوع التحقيق هذا؟ ولماذا هو دون سواه؟ تكون الإجابات الصحيحة:
  - "هذا التحقيق مهم، وأرغب بسرده على أفضل وجه".
  - "أنت الخبير بالأمر".
  - "أود أن أستمع إلى روايتك للقصة، وأن أعرف رد فعلك على ما قاله الآخرون".

- "يمكنك مساعدة الناس لمعرفة الحقيقة ساعدني في استكمال الصورة".

- لا مانع من مديح المصدر بما هو فيه، كتقدير خبرته، وإظهار احترامها.
- لا يتوجب الطلب من المصدر المقابلة في مكان يسبب له إحراجاً، بل يتوجب اصطياده في أماكن يشعر فيها بالارتياح والأمان.
- إذا أظهرت للخبير فهماً يجاريه بالقضية، كن متأكداً أنك لن تجبره على الاعتراف في لحظة أن معرفتك أقل مما تظاهرت فيه، كي لا تفقد ماء وجهك أمامه، وإذا أظهر دور البريء الجاهل الباحث عمن يتنور، ثم انتقل لدور الخبير العارف كي يصيد متحدثه، يجب أن لا يبدو كأنه كان يكذب.
- ترتبط أساليب إجراء المقابلة بخصائص المجتمع الثقافية، فمثلاً يحب الأمريكيون تسجيل حواراتهم بينما يكره الفرنسيون ذلك، وهذا ينطبق على كل شعب وفق خصائصه.
- لا تخرج هدف المقابلة عن مجراها، ولا تحد بها بعيداً عن غاياتها، إذ تقول رنا الصباغ: "في الغرب يدخل الصحفيون ويجرون الحوارات وهم يعرفون ما يستهدفونه، بينما في الوطن العربي يهدر الصحافيون ثلاثة أرباع الوقت المخصص للحوار في المجاملات، وعندما يبدأ بطرح الأسئلة الحيوية يقول المسؤول: انتهى الوقت المخصص لكم، لأنهم لم يعتادوا اصطياد المسؤولين".
- حماية المصدر واجب، ولذا يجب أن يتوافق الصحافي والمصدر على أساس أن المعلومات للنشر مع مصدرها، أو ليست للنشر، أو للنشر دون ذكر اسم المصدر، وهنا يمكن استخدام معلومات ونسبها إلى مصدر مقرب أو مطلع وفق مصطلح متفق عليه، لأن الكثير من المصادر تريد نشر المعلومات لكن دون ذكر اسمها وهو ما يقصدونه بقولهم: "ليس للنشر" ولهذا يجب على الصحفي أن يسأل من غير المصدر يمتلك المعلومات وكم عددهم وهل يشير نشر المعلومة للمصدر مباشرة وما يحب المصدر أن يسمى عند النشر، وفي بعض الأحيان عندما يكون الحوار ليس للنشر يطلب من المصدر أن تكون أجزاء منه للنشر، لكن إذا أتت المعلومات من أكثر من مصدر مختلف يمكن نشرها وأن طلب المصدر الرؤية قبل النشر غير محق، إلا أنه يمكن أن تقرأ له نص تصريحاته، وعليه يقول "هنتر" حين يقدم المصدر وثائق سرية، أسأله من يعلم بها، كي يفهم أنك لا تريد أن تستشهد بها مباشرة إذا كان ذلك سيلحق الضرر به، واكتب جانبها "NFC" "Not for Citation" أي ليس للاقتباس أو الاستشهاد، ودع المصدر يرى ذلك، ويعلم كيف تفكر بحمايته. وعموماً فإن على الصحافي أن يعرف أن استخدام مصادر مجهولة يحول مخاطر استخدام المعلومات من المصدر إليه سواء بالمصداقية أو لدى القضاء ما يعني عدم النشر إلا مع التأكد من إمكانية العثور على دليل توثيقي للمعلومة من مصدرٍ آخر

ومناسبتها لنمط المعلومات المتحقق منه وموثوقية المصدر ومعرفة سياق الاقتباس من الوثائق والحصول على نسخة منها.

- أرسل للمصدر نسخة من الحوار بعد نشره، تواصل معه حتى لا يظن أنك شخص سيء أو خائن"، فمواظبة الاتصال مع المصدر سيساعد على استمرار مسيرة هذا المصدر مع التحقيق، وكذلك بناء مصادر لمشاريع استقصاء مستقبلية، فالنصيحة الموجهة دائماً للصحفيين المبتدئيين "لا تخلق أعداء بالاستقصاء"، فالتعامل مع الناس بطريقة تحترم حقوقهم وحقوق الصحفي ستجعل حتى أعداؤه يحترمونه، وماهو أكثر أهمية سيخلق أصدقاء، ومن نوعية أرقى، أكثر من الأعداء.
- ينصح استخدام الصحافي النصائح البريطانية الثلاث في أصول المقابلة الصحفية، وهي:
  - لا تكذب أبداً، ولا تعط معلومات مزيفة، إلا إذا كنت مضطراً لذلك كملاذ أخير، وتذكر أن اكتشاف كذبة قد يعرّضك لنتائج تمتد من إلقائك خارج الغرفة إلى إطلاق الرصاص على قدميك، إلى تعذيبك.
  - لا تقل الحقيقة كلها أبداً.
  - إن كنت لا تستطيع الإجابة عن سؤال، اعترف بذلك.
- من المفيد أن يفهم الصحافي خلال حواره مع المصدر دوافع المصدر للتحدث وينطلق منها.

تكتيكات أساسية في مهارات إجراء المقابلة التليفزيونية على الهواء:

- معرفتك الجيدة لموضوع المقابلة الوسيلة الأمثل للمحافظة على احترام وانتباه ضيوفك.
- حضر أسئلتك مسبقاً.
- استمع جيداً إلى الإجابات وكن مستعداً لأسئلة المتابعة.
- إذا أردت المقاطعة فانتظر فرصة التوقف القصير أو أخذ النفس من قبل الضيف.
- احرص على تركيز الضيف على موضوع المقابلة.
- ضروري أن تصر على الحصول على الإجابة للأسئلة المشروعة والهامة.
- احذر الميل إلى الضيف الذي يمتلك الشهرة أو السلطة.
- امنح الضيف الوقت الكافي للتفكير، فالصمت يمكن أن يكون في حد ذاته إجابة بليغة.
- حافظ على تعابير وجهك تحت السيطرة، فتحريك الحواجب إلى الأعلى أو تقريبها من بعضها أو تحريك الرأس من الأعلى للأسفل أو من اليمين إلى اليسار أو العكس يمكن أن يفسر أنه موافقة أو رفض أو قبول أو اعتراض على إجابة الضيف.
- تذكر دائماً أن مهمتك طرح الأسئلة وليس المساهمة في النقاش.
- تجنب وضع الكلمات على لسان الضيوف (اعتقد أن ما تريد قوله هو....).

- تذكر دائماً من هو الضيف الذي تجري معه المقابلة، اكتب اسمه وصفته ومنصبه كذلك على "السكريبت"، التي بين يديك تحت ضغط النسيان المتوقع.
- استمع جيداً إلى تعليمات الكونترول من خلال رجع الحديث "Talk Back".
- أعط لنفسك وقتاً لتختم المقابلة بطريقة سلسة وليس مفاجئة قبل أن يداهمك الوقت.
- احرص على الالتزام بالوقت المخصص، فالانتهاء مبكراً أو متأخراً يؤدي إلى إرباك البرنامج أو النشرة.
- تذكر أنك تملك "ميزة إنسانية" توجيه الأسئلة التي يرغب في طرحها المشاهد العادي إذا اتيحت له الفرصة "فأنت تمثل المشاهد لا غير".
- لا تفترض أن الجمهور لديه المعلومات التي لديك.
- لا تلتزم بشكل حديدي بالأسئلة التي أعددتها مسبقاً، بحيث لا تنتبه للإجابات، فلا يسأل سؤالاً مبرمجاً أجاب عنه ضمن سياق سؤال آخر، وهذا بديهي لأن المذيع لا يستمع وينتظر ليفرغ من الإجابة حتى يطرح السؤال التالي المكتوب لديه مسبقاً.
- لا تدلي بتصريحات، بحيث لا يعرف الضيف أن ما تقوله سؤال أم رأي.
- لا تصغ رأيك الشخصي على شكل سؤال فأنت لست طرفاً في النقاش.
- لا تتكلم في الوقت نفسه الذي يتكلم فيه الضيف.
- لا تفقد السيطرة على أعصابك إذا تعمد أحد الضيوف استفزازك.
- لا تشعر بالرهبة أو الخوف أمام ضيف، إذا كان صاحب سلطة أو شهرة.
- لا تسخر من الضيف إذا كان لا يستطيع التعبير عن أفكاره بوضوح.
- لا تكن ناعماً في أسئلتك للضيف لأنك ببساطة متعاطف معه.
- لا تبادر إلى طرح سؤال آخر إذا تردد الضيف في الإجابة عن السؤال، وامنحه وقتاً ليرتب أفكاره.
- لا تحرص على طرح رأيك في الموضوع، فرأيك لا يهم أحداً.
- لا ترد على الإجابات بكلمة نعم أو صحيح أو بالتأكيد أو الرفض.
- لا تطرح أسئلة توجيهية: (أنت كنت متواجداً في مكان الحادث ورأيت السيارة مسرعة بينما الإشارة حمراء).
- لا تهمل إشارات مدير المسرح فهو أو هي موجودة لمساعدتك.
- لا تختم مقابلتك بعبارة "آسف داهمنا الوقت".

الخلاصة

يعد الحديث التليفزيوني فن السهل الممتنع، فكل من يعمل بالإعلام يستطيع أن يجري حواراً، لكن الصحفي الكفوء هو الذي يشتهر بقدرته على إدارة الحديث حيث هناك شروط لإجراء الحديث التليفزيوني، وله مواصفات محددة، وقواعد خاصة، ويعد أرجوحة ذات طرفين، تجمع (المُحاوِر والمُحاوَر)، فقد تم التركيز في هذه الوحدة التعليمية على تقنيات إدارة الحوار التليفزيوني التي تبدأ من اختيار وتحديد المصدر (الشخصية) المراد إجراء الحوار معها وتحديد الهدف من الحوار، كما تطرقت الوحدة لعوائق الحوار وآدابه القائمة على الاحترام المتبادل، وإعطاء الفرصة الكاملة للطرف الآخر، ثم قدمت الشروط العشرة لإدارة حوار تلفزيوني ناجح، سواء فنياً أو تحريرياً أو تقنياً، وتطرقت الوحدة أيضاً لقواعد افتتاح الحلقة الحوارية وما يجب البدء به على الشاشة، من ترحيب وتقديم للضيوف وكذلك طرق نهاية الحلقة الحوارية وما يجب الاختتام به على الشاشة باعتبار نهاية الحلقة تلخيصاً لأهم ما طرح فيها في دقيقة واحدة من المهارات، القائمة على نصائح المدارس الأشهر للمحاور التليفزيوني، انطلاقاً من قائمة كريلنج في الحوار التليفزيوني والإذاعي لمعرفة الصحفي ما يجب فعله وما يحب تجنب فعله، وقائمة "أريمي كيرلنج" أثناء إجراء المقابلات، ودليل الباحث "زيرمان"، للأسئلة، إلى جانب مدرسة لاري كينج في صناعة الحديث التليفزيوني، وأسس المحادثة الناجحة، وتقنية"تسقيع الزبون" لمقابلة ناجحة ليسري فوده التي تركز على أنواع المصادر التي سيحتاجها الصحفي لمقابلته، مع الاختتام بنصائح في المقابلة التليفزيوني حسب دليل هيئة الإذاعة البريطانية Talk BBC، وتكتيكات "شارلي بياجي" الأشهر لاستراتيجيات تسلسل الأسئلة في الحديث التليفزيوني.

المراجع

1. نايت سيتيزن، نيوز نتوورك، إجراء المقابلات الصحفية، دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
2. هاريسون مونارث ولارينا كاس، المتحدث الواثق، مكتبة جرير، 2008.
3. جيمس ك. فان فيليت، قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس"، مكتبة جرير، 2007.
4. ستيفن كوفي وآخرون، الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات، مكتبة جرير، 2008.
5. جوليا بارتن، نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
6. عبد الوهاب قتاية، المذيع المحاور، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 178، ابريل 2005.
7. لينين واكس مان، تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
8. مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا، الإنصات " فهم ما وراء الكلمات"، القاهرة، مركز خبرات المهنية للإدارة _ بميك، 2008.
9. محمد معوض، فنون العمل التلفزيوني، الأردن، دار الطباعة الحديثة، 2012.
10. شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة، الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
11. أديب خضور، الحديث التليفزيوني، المكتبة الإعلامية، رقم 22، طباعة خاصة، 2009، ص 38.
12. حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الإعلامي، القاهرة، دار فكر وفن، 2010.
13. محمد مرعي، الحوار في البرامج الإخبارية والأخبار، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 177، يناير 2009.
14. أمير تاج الدين، الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2009.
15. سيد أحمد الناغي، الأسس العلمية لفن الحديث الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية لفن الحديث الصحفي في الجرائد اليومية المصرية الثلاث، (الأهرام، الأخبار، الجمهورية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 1988.
16. عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي، الإعداد التقديم، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2008.
17. محمود أدهم، المقابلات الإعلامية، إدارتها – تحريرها – نشرها، القاهرة، دار الثقافة للطباعة والنشر، 1984.
18. يوسف مرزوق، فن الكتابة للراديو والتليفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1988.
19. كرم شلبي، فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، جدة، دار الشروق 1987.
20. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتليفزيوني، القاهرة، دار الأنجلو المصرية، 1982.

21.محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.

22.رضا عكاشة، الحوار الصحفي، فنون الصياغة وإدارة الحديث، القاهرة، مطبوعات كلية الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مارس 2005.

23. Scanlan Christoper, Reporting and Writing, Basics for the 21st Century, (USA: Orlando, Harcourt College Publisher, 2000).

24. http://pressacademy.net/modules/news/article.php?storyid=284

25. Vice .bbc .abc .

26. John Aron: Interviewing, Heine Mann, London, 1976.

27. Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.

التمارين

السؤال الأول:

أول قاعدة طرحها "زيمان" في قائمة إجراء الحوار التليفزيوني:

A. ابحث في خلفية الضيف.

B. ابدأ بإعداد نفسك.

C. لا تبدأ بالأسئلة الصعبة.

D. لا تطرح أسئلة توجيهية.

الإجابة الصحيحة: c لا تبدأ بالأسئلة الصعبة

السؤال الثاني:

وضع يسري فوده تقنية لإجراء الحديث والمقابلة يدعى:

A. تصقيع الزبون.

B. مداهنة الزبون.

C. مجادلة الزبون.

D. شد الحبل بالزبون.

الإجابة الصحيحة:a تصقيع الزبون

السؤال الثالث:

صاحب التكتيك الأشهر في استراتيجيات إدارة الحوار:

A. تكتيك مارك هنتر.

B. تكتيك موري جرين.

C. تكتيك يسري فوده.

D. تكتيك شارلي بياجي.

الإجابة الصحيحة: d تكتيك شارلي بياجي

السؤال الرابع:

من التكتيكات التي أجمع الصحافيون على إدانتها:

A. مداهنة السكرتيرات.

B. تصنع النزاهة.

C. تكتيك الجواسيس.

D. إظهار المعرفة.

الإجابة الصحيحة: b تصنع النزاهة

الوحدة التعليمية السادسة

الحديث التلفزيوني وخصوصيته خلال معالجة القضايا الإنسانية

العناصر:

- المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية.
- منطلقات إنسانية الصحفي في تغطيته المقابلات ضمن القضايا الإنسانية.
- قواعد المقابلات أثناء تغطية القضايا الإنسانية وفق دليل صندوق السكان الأممي.
- مصطلحات مقابلات التغطية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي.
- (دليل ويتينيس) للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي.
- قواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون فاروهاكيس".
- نصائح "تغطية ومقابلات الصدمة".
- نصائح أساسية لكتابة القصص الحساسة ومقابلاتها.
- نصائح لإجراء مقابلات مع اللاجئين باحترام وتعاطف.
- نصائح للحصول على مقابلات وقصص إنسانية من ناجين تعرضوا للعنف الشديد.
- التصوير في مقابلات القصص الإنسانية للأزمات الضخمة ومعاييرها الأخلاقية.

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية، ومنطلقات إنسانية الصحفي في تغطيته لهذه المقابلات.
2. يحدد قواعد المقابلات أثناء تغطية القضايا الإنسانية وفق دليل صندوق السكان الأممي، وإكسابه مصطلحات مقابلات التغطية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي.
3. يشرح "دليل ويتينيس" للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي، وبقواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون فاروهاكيس".
4. يحدد مجموعة من النصائح من أجل تغطية مقابلات الصدمة ونصائح أساسية لكتابة القصص الحساسة ومقابلاتها، إضافة لمدِّهِ بنصائح لإجراء مقابلات مع اللاجئين باحترام وتعاطف.
5. يشرح كيفية أساليب الحصول على مقابلات وقصص إنسانية من ناجين تعرضوا للعنف الشديد، مع تعليمه أسس التصوير في مقابلات القصص الإنسانية للأزمات الضخمة ومعاييرها الأخلاقية.

الكلمات المفتاحية:

مقابلات القضايا الإنسانية – منطلقات إنسانية الصحفي – قواعد مقابلات قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي – مصطلحات المقابلات الإنسانية – دليل ويتينيس – المقابلات مع الناجين من الحروب – "ميرون فاروهاكيس" – مقابلات الصدمة – مقابلات اللاجئين – تصوير مقابلات القصص الإنسانية.

أولاً: أساسيات للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية:



حيث تكون الصحافة الجادة تولد الإنسانية، فمرآة المجتمع إذا لم تعكس صورة الجماعات المقهورة، واكتفت بالعبث في بلاط السلطان، وضمن أروقة أخباره الرسمية، والعيش على البساط الأحمر تفقد لونها، لتصبح قاتمة ضائعة الملامح، مضيعة جمهورها الذي لا يلمسه أكثر من تغطية القضايا الإنسانية، فأكثر ما يشد الناس قصص الناس، ومعايشة معاناتهم وحكاياتهم، ومن هنا نجحت الصحافة الإنسانية خلال السنوات الأخيرة من فرض ذاتها في كبريات المحطات والفضائيات والصحف العالمية، كما استطاعت أن تنال حيّزاً من مجالات جوائز الصحافة عبر العالم، وعليه تعرف "جائزة الصحافة العربية في دبي" هذا الصنف من الصحافة بتلك "المقابلات أو التحقيقات أو التقارير التي تتناول قضايا أو أزمات إنسانية طارئة وملحّة، وما ينتج من تداعيات الكوارث الطبيعية والحروب والأوبئة والآفات وانتهاكات حقوق الإنسان"، كما تسمى أحياناً الصحافة الإنسانية بالصحافة ذات البعد الاجتماعي بعيداً عن أخبار الحوادث والجرائم واحتجاجات السكان والاختلالات في المشاريع، إنها صحافة تركّز على عمق الإنسان وتجعله مركز الاهتمام في القصة، وليس شيئاً آخر، ويشهد الإعلام عبر العالم نماذج إعلامية إنسانية ناجحة ركزت على هذه القصص الواقعية.



إن "الصحافة الإنسانية" حسب "اسماعيل عزام" بديل للخروج من ضغط الأخبار نحو عمق حياة الآخرين، ولكن مقابلة هؤلاء لابد أن تتطلب حذراً وحرفية، قدّمت لها ولخصتها عشرات التجارب، ووثق معالمها أكثر من دليل، تحت عنوان عريض مفاده: "لا تجعل الضحية يعيش بسبب مقابلتك إحساس ألم التجربة جديد، خاصة حين يشاهد كاميرا التلفزيون تلتقط له تلك اللحظات لتنشرها على الملأ"، وهو ما سيتناوله هذا الفصل المهم في قواعد الحديث التلفزيوني خلال تغطية القضايا ذات الحساسية الإنسانية، فبين

القصص الجادة كالأخبار السياسية والتحقيقات الاستقصائية والتقارير الميدانية والقصص التي لا تدخل في عمق القصة كأخبار المنوعات والحوارات مع المشاهير والريبورتاجات التي تعرّف بمدينة ما، هناك نوع آخر من القصص يظهر من حيث الاسم أنه ينتمي إلى الجزء الثاني الخفيف، بينما من حيث العمق ينتمي إلى الصنف الأول الجاد، والكلام هنا عن القصص الإنسانية، التي تتعدّى وظيفتها مجرّد الاحتفاء بإنسان ما حقق نجاحاً، إلى الكشف عن واقع فئات مهمة من البشر تعيش أوضاعاً صعبة لا تلتقطها في الغالب عدسات الصحفيين وكاميرات المحطات، وتحادثهم لتعرض معاناتهم على الأثير.

ومن هنا يمكن تحديد المبادئ الأساسية للمقابلات التلفزيونية في القضايا الإنسانية:

1. صميم العمل: لن تفهم إلا إذا قابلت.
2. قبل أن تحضر كاميرا التلفزيون أبد بالبحث.. من يعمل يجد.
3. مخاطر (الموافقة المستنيرة)، فلا يكفي الموافقة، بل اشرح له كما يلقي كبير الشرطة على المتهم حقوقه قبل إلقاء القبض عليه، كل ما سينجم عن بث المقابلة أو نشرها، وأبعادها ومخاطرها.
4. إشراكهم بالمقابلة (تحديد المكان – الزمان – جو المقابلة).
5. لا لإيقاع الضرر.
6. الكاميرا السرية ممنوعة.
7. مخاطر المقابلة لا يعني عدم إجراء مقابلة.. مقابلة المشفى.. (كيف يشعر من يقابل وكيف يشعر المقابل)..
8. مع الناجين من قضايا العنف ابدأ بلحظات صمت..
9. لا تستخدم كلمات تعقيبيه (نعم أو أوه...)
10. استخدم لغة العيون وإيماءة الرأس.
11. تأكد أن كل من حولك في المقابلة سيبقى صامتاً ولا يعقب أو يتدخل.
12. لا تظهر علامات الشعور بالصدمة أو التخوف عند سماع قصته..
13. الانفعال الشديد قد يسيء للمتحدث ويشعره بالألم المضاعف.
14. لا تتحدث عن شعورك نحو آلام الناجي مهمتك إعطاؤه منبراً ليتحدث هو عن ألمه..
15. لا تبدِ تعاطفاً مسيئاً يشعره بأسى وضعه.
16. لا يفضل استخدام الأسئلة المغلقة المناطة بجواب (نعم) أو (لا) كي لا تتحول المقابلة إلى استجواب، ويشعر الناجي أنه متهم، بل يفضل على النقيض الأسئلة المفتوحة (كي يتحدث بالنقاط التي يريد ويتجنب ما لا يريد).
17. لا تنسى أهمية أسئلة مثل: "رجاء ما الذي تود إخباري به؟" "صف تجربتك؟" "هل ممكن تحكيلي عن؟" "رجاء فسر ما قلت؟"..

18. أوقف الكاميرا مجرد الشعور بأنه يريد إنهاء التسجيل، ولا تجعله يحس أنه صوِّر لحظات انهياره.
19. لا تجعله يعيش جو العنف مرة أخرى، ومن أمثلة ما قد يؤدي إلى ذلك:

أسئلة خطأ:

- ماذا كنت تلبس يوم تم اغتصابك؟
- كيف تم اغتصابك؟
- لماذا لم تطلب مرافقة أحد عند الخروج؟
- كيف يمكن أن لا تعلم من قام باغتصابك؟
- لماذا خرجت وحدك في هذا الوقت؟

أسئلة صح:

- استخدم لفظ (الاعتداء عليك بدل لفظ جارح كاغتصابك).
- هل يمكن أخباري عن الأحداث التي سبقت الاعتداء عليك.
- ماذا فعلت بعد هذا الاعتداء؟
- ما تمنياتك للمستقبل؟

ثانياً: منطلقات إنسانية الصحفي في تغطيته المقابلات ضمن القضايا الإنسانية:

- أساس تقنيات التغطية والمقابلات معرفة حقوقك وواجباتك.
- حياتك أم عملك.. (تغطية واحدة قد تنقذ آلاف الأرواح لكن حياة الصحفي دائماً أهم من مئة تغطية، لأن ذهابه يعني ذهاب كل تلك التغطيات والمقابلات).
- الحماية أنت تصنعها.
- أنت لست محايد لكن كن محايداً.
- لا عليك أن تنقل مشاعرك عن الضحايا، بل دع الضحايا يعبرون عن مشاعرهم.
- التأثير مهم لكن ليس على حساب حياة الناس وكرامتهم.
- التأثير مهم لكن ليس على حساب مسرح الجريمة.
- أنت لست معلناً أو مسوقاً لجهة ما، أنت خادمٌ لوصول خدماتها إلى مستحقيها.
- التأثير لا يعني المبالغة.
- أنت منفذٌ ومنقذٌ.. عبر عملك.
- أنت حرفيٌ في إنسانيتك ولست إنساناً في حرفيتك.. (الحرفية تتطلب الإنسانية والإنسانية ماذا تتطلب؟!)..

ثالثاً: قواعد مقابلات القضايا الإنسانية لصندوق سكان الأمم المتحدة:

ينطلق دليل صندوق السكان للأمم المتحدة من نماذج خاصة لتغطية القضايا الإنسانية، خاصة المرتبطة بالعنف القائم على النوع الاجتماعي، ومن أبرزها نموذج زواج المراهقات السوريات على CNN لأروى آدمون، والتي أظهرت فيه بعيون غير نزيهة ومنحازة أن السوريين يزوجون بناتهم صغاراً لضمان براءتهم، وكذلك تغطية خطف اليزيديات في العراق (خطف داعش للأطفال والنساء)، ومن خلال ذلك تتلخص قواعد مقابلات الناجين من العنف القائم على النوع الاجتماعي في التالي:

- **الدقة:** طريق للمعلومات الصحيحة، والدقة تتجلى في: المعلومة، اللفظ.
- **النزاهة:** حماية المصادر المستضعفة، وهنا يفرض مصطلح «الموافقة المستنيرة».
- **الحيادية:** لا تصدر حكم، لوم الضحايا = حكم، حتى اللوم بالألفاظ، أو التوصيف، التفاصيل تلقي اللوم.
- **واجب الإبلاغ:** تمييز بين المصلحة العامة ومصلحة الضحايا ومصلحة جمهور متابع العنف القائم على النوع الاجتماعي.
- **الخصوصية مقدسة:** أي معلومات تقتل الخصوصية "ليس فقط الاسم لكن الملابس، الصوت".
- **المصادر وحمايتها:** لا تقتل مصدرك، أو تفضحه.
- **المقابل المادي:** الدفع للضحايا ممنوع (اللاجئون صحيح فقراء) لكن البعض يفعل، لكنه في الوقت نفسه قد يمنع المقابلات عن من لا يدفع .. إذا أردت: ادفع للمؤسسة (تبرّع).
- **عدم إلحاق الضرر:** مبادئ عدم إلحاق الضرر، محاكمة، الضحية من حقه التحصين، والمتهم من حقه الدفاع عن نفسه.
- **نهج الارتكاز على الناجين:** (صلب عملية التعافي)، كل شخص فريد (مهم) يعرف:
  - مع من يتعامل.
  - من يجب أن يعرف ما حصل حوله أو معه.
  - ما الذي يجب أن يعرفه مما حدث.
- **العنف القائم على النوع الاجتماعي يظهر عدم تكافؤ القوى:** صحفي مراسل (أقوى)، ضحية (أضعف) من غير قصد يمكن أن يجعل المُساءَ إليه يشعر بسوء أكثر، ويعيد شعور الضحية
- **طريقة الارتكاز على الناجين:** سلامة، سرية، احترام، عدم تمييز.

رابعاً: مصطلحات مقابلات التغطية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي:



- الكلمة قد تنجي مجرم وتتهم ناجياً.
- الصياغة قد تزيد حياة المساء إليهم إساءةً.
- القاعدة الذهبية: لغة يفهمها جمهورك، لغة مألوفة.
- يجب: توحيد نمط الكتابة لكل مؤسسة.
- اللغة التلطيفية قد لا تفتح الباب الذي تأتي منه الريح، لكن قد تكون مؤذية، وكمثال على ذلك: اغتصبها، نال مأربه منها، فعل ما أراد منها.
- **أمثلة أخرى "لا تقل"، بل "قل":**
  - ناجي بدل ضحية.
  - لا تقل جريمة "شرف"، بل جريمة "عار"، جريمة "إبادة أنثوية"، جرائم "قتل أسرية".
  - ليس عنف "أبوي"، بل عنف "أسري".
  - فاعل جرم كمقترف جرم.
  - اغتصاب، وليس فرض نفسه عليها.
  - المغتصب مجرم وليس مريضاً نفسياً.
  - حملُ سفاح، ليس حملاً غير مرغوب فيه.
  - اغتصبك، الأكثر تهذيباً اعتدى عليك.
  - هو ليس زواج مبكر، بل زواج أطفال.
  - الاغتصاب وصمة عار للمغتصب وليس لمن اغتصب.

خامساً: (دليل ويتينيس) للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي:

- فكر ملياً في تأثير العنف على الفرد وتفهم ذلك.. إنها تجربة مؤلمة وفظيعة.
- تقبل ظروفهم بعدم الكلام أو التجاوب.. ثمة ضغوط اجتماعية وأمنية.
- من الضروري التعامل مع تجاوبهم بتقدير وحساسية كبيرة واحترام وجهة نظرهم.
- اترك الفرد بعد المقابلة يشعر بالقدرة والاستطاعة، فمن قابلته يجب أن يدرك أنه شارك قصته مع شخص حاضر ومتعاطف.

- المقابلة ذات الطابع التحقيقي تجعل الناجي يشعر بإعادة الاعتداء عليه واستغلاله.
- الاستعداد لقبول وجهة نظر يجب أن يكون في صلب سلوك الصحفي واستعداده للمقابلة.
- اسأل نفسك؟ لماذا المقابلة؟ ما المخاطر الأمنية؟ وكيف ستوظف؟
- إذا صورت وطلب المقابل السرية: لا تنسَ الخصوصية «أخفِ الوجه، الصوت، صور اليدين، اعتمد ظل الشخص من وراءه.
- حدد قبل بدء المقابلة ما الذي يمكن أن يظهر للعلن على الشاشة (أسماء – أماكن – معلومات أسرية – معلومات صحية.. وما يجب أن يبقى سراً، وهذا سيزيد من ثقة المصدر بك.
- بالمقابل لا تصوّره كضعيف، بل صوره وأظهره بالقوة والشجاعة وأظهر إنسانيته.
- هيئ الشخص المقابل لمقابلتك.. وشاركه مشروعك ومنهجك وأسلوبك وأهدافك كما ترغب أن يشاركك قصته.
- ابنِ الثقة.. ربما يكون الحديث عن المخاطر الأمنية.. قضاء وقت أكبر معه قبل المقابلة.
- اعرف إذا كان أجرى مقابلة مع أحد غيرك.. ما الذي أزعجه؟ لماذا قابله؟ ماذا قال؟
- طوّر قائمة أسئلتك قبل يوم من المقابلة ورتبها.
- لا تنسَ دور المكان في جو المقابلة وظفه واجعله آمناً.
- لا تنسَ توفير الدعم النفسي.. وجه سؤال إذا كان يريد أن يحضر معه أحد.. قابل طبيباً متخصصاً نفسياً لينصحك، ويفهمك أصول قراءة حركات الجسد لديه، فالمعلومات لا تؤخذ فقط من الكلام.
- هل تحتاج لمترجم.. لا يتحدث بالوقت نفسه .. يترك 5 ثوان بعد انتهاء حديثه.
- اسأل بأخلاقية، وعدم اللوم يعني أن لا تشعره أن ما حدث كان يمكن أن لا يحدث لو اتخذ أو التزم بمعايير الأمان.
- اختر ألفاظك بعناية وأدب.. كالقول اغتصابك.. بدل الاعتداء عليك.. اسأَل ما المصطلح الذي يحب أن يوسم به ليكون بدل (ضحية) (بطل ناج من العنف).
- يوم المقابلة: أشعره بالراحة أثناء الحديث.. الشاي أو القهوة مهمة.. معرفة كل من يحضر المقابلة والتعريف به مهم، خاصة إذا كان كادرك التلفزيوني.
- تأكد أن الشخص الذي تقابله يمكنه أن يتوقف عن الكلام.. يستريح.. وحتى يمكنه أن ينهي المقابلة متى شاء.. .. هنا بعد اللحظات الصعبة يمكنه (استراحة عاطفية).. وامنح فرصة للناجي للسيطرة على نفسه.
- احترم الوقت الممنوح لك من قبل الناجي.
- يمكنه الاطلاع على نص المقابلة أوتصويرها ونسختها.

- الموافقة المستنيرة = هل يعلم من سيشاهد أو يقرأ.. توافق على ظهورك (شكلك – اسمك – هل تعلم أنه يمكنك رفض أو الاعتراض على أي سؤال أو طلب استراحة أو إنهاء المقابلة.. هل يوافق على طريقة توظيف مقابلته..(سجل الموافقة المستنيرة صوتاً) حتى لا يسبب تراجع الناجي لك مشكلة.
- أحياناً قد يسهب الناجي بالتحدث عن قصته.. لا تدع التفاصيل تضيع، نقاط أساسية لتبدو الأمور واضحة.. لا تخجل من إعادة طرح سؤال عن حلقة مفقودة.. لكن لا تضغط على الشخص ليكمل معلومة أساسية ربما تجاهلها قصداً.
- إن شهادة القصص الفظيعة والمؤلمة قد تسبب ما يدعى (بالصدمة الثانوية).. احذر منها.
- احصل على تقييمه بعد المقابلة.. ما الذي أعجبه.. وما الذي أزعجه.. وما التوقعات (وقع عقد الالتزام بين الطرفين).
- اِعرِفْ إذا ندم على ذكر شيء وتفاعل معه إذا طلب أن لا يعرض.
- ابقَ على اتصالٍ وتبادل المعلومات مع من قابلت (بعد المقابلة).

سادساً: قواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون فاروهاكيس":

- كنت تعمل على موضوع يتطلب منك إجراء مقابلة مع أحد الناجين من التعذيب، احرص على التحضير جيداً قبل الذهاب .
- قم بإجراء بحوث مسبقة عن حالة الفرد وبلد المنشأ، وحاول العثور على المعلومات الأساسية التي يمكنها أن تساعدك على فهم تفاصيل الموضوع، فكل حالة تختلف عن الأخرى.
- أعدَّ قائمة بالأسئلة قبل المقابلة، ولا تبدأ بالأسئلة الصعبة، لأنك قد تستثير رد فعل عاطفي قوي قد يلقي بظلاله على بقية المقابلة، أو ينفّر الضيف، وأدرج العديد من الأسئلة المفتوحة التي تسمح للناجي بسرد قصته بالوتيرة الي يريدها.
- لا تبدِ تعاطفاً مزعجاً..
- لا تبالغ في التأنق عند الذهاب للمقابلة، وأيضاً احرص على عدم ارتداء أي قطعة من الملابس أو الحلي قد تثير التوتر أو الهياج العصبي لدى الناجي (الناجين)، فقد تعرض العديد من الناجين للتعذيب بسبب معتقداتهم السياسية أو الدينية أو بسبب العنصر أو العرق أو الجنسية وغيرها من الأسباب، لذا احرص على ألا تتضمن ملابسك وحليك أي رموز وطنية أو دينية أو شعارات أو تعبيرات عن مواقف.
- الأمثل هو أن تتولى الصحفيات الإناث مقابلة الناجيات من التعذيب، وأن يعهد للصحفيين الذكور بإجراء المقابلات مع الناجين من الذكور، وإذا لم يكن ذلك ممكناً، اسأل الناجي إن كان لا يمانع في أن يجري المقابلة معه شخص من الجنس الآخر قبل اللقاء به في المقابلة، فالعديد من النساء تعرضن للاغتصاب والاعتداء الجنسي من قبل الذكور، ما قد يجعل من الصعب بالنسبة لهن التحدث بحرية مع الصحفيين الذكور، كذلك لم يعتد الذكور من بعض الثقافات التحدث عن شؤونهم الخاصة مع النساء.

- اطلب الإذن مسبقاً إذا كنت تريد أخذ صور فوتوغرافية أو تسجيلات صوتية أو فيديو تلفزيوني من الناجي من التعذيب، ولا تفترض أن الناجين لن يكون لديهم أي اعتراض، فقد فرّ العديد من الناجين من بلدانهم هرباً من الاضطهاد، لذا فإن نشر صورهم من شأنه أن يعرضهم للخطر، حتى أن بعض الناجين من التعذيب اضطر إلى الإدلاء باعترافات كاذبة، لذا فهم يخشون أن تُستخدم التسجيلات الإلكترونية لشهاداتهم ضدهم، وقد تتمكن من التوصل إلى حل وسط من خلال الموافقة على طمس وجوههم أو أصواتهم، ولكن عليك التفاوض على ذلك مقدماً.
- اتفق مقدماً على مكان مناسب للمقابلة، وينبغي التأكد من أن الشخص يشعر بالراحة، وهنا تجنب الأقبية والغرف الصغيرة بلا نوافذ، واطلب منهم اقتراح أماكن مناسبة.
- عند مقابلة أحد الناجين من التعذيب، كن مهذباً، ولكن تجنب تعبيرات الوجه أو التعليقات اللفظية التي تظهر الشفقة، وتذكر أن الناجين من التعذيب قد تحملوا ونجوا من بعض أكثر الأعمال المروعة التي يمكنك أن تتخيلها، فكونهم قد نجوا وأنهم على استعداد لاطلاع الجمهور على قصتهم يعني أنهم أشخاص أقوياء، فهم لا يريدون الشفقة، ولكنهم يستحقون مراعاة مشاعرهم واحترامهم.
- قبل بدء المقابلة، اسأل الناجي من التعذيب عن الاسم الذي يريد استخدامه في القصة، فاستخدام الاسم الحقيقي قد يعرضهم للخطر، كذلك اسأل الضيف إن كان يود الإشارة إليه بعبارة "الناجي من التعذيب" أم "ضحية التعذيب" في القصة، فبعض الناجين يفضلون الإشارة إليهم كضحية.
- احرص على التواصل بالعينين طوال المقابلة، وكن مستمعاً جيداً، فهم يأتمنونك على أكثر اللحظات إيلاماً في حياتهم، لذلك فهم يستحقون أن يستحوذوا على انتباهك الكامل.
- تجنب الإزعاج خلال المقابلة، وأوقف الهواتف المحمولة وأجهزة الإخطارات وغيرها من وسائل الاتصالات الإلكترونية التي قد تحملها معك، فالكثير من الناجين يعانون من اضطراب ما بعد الصدمة، ويمكن للمقاطعات أن تؤدي إلى ذكريات اقتحامية (ارتجاع الأحداث).
- احرص على أن تظل هادئاً حتى عندما يسرد الناجي التفاصيل المروعة لما تعرض له من تعذيب، وحاول أن تتجنب تعبيرات الوجه التي توحي بالرعب أو الحزن، فالناجون من التعذيب سيقدرون لك التعاطف والاهتمام، لكن ردود الفعل المبالغ فيها يمكن أن تؤلمهم أكثر، ولا تحاول مد يدك إليهم أو ملامستهم لمواساتهم، ولا تستخدم التعابير ذات الدلالات الدينية، مثل: "يا إلهي" أو "يا رباه" وما إلى ذلك.. ولا تستخف بتجربتهم (بأن تقول مثلاً "لا بد أن ذلك كان مؤلماً" أو "حتماً كان ذلك أشبه بالجحيم")، ولا تتعالى عليهم، ولا تطرح أسئلة تطفلية ("كيف تشعر؟" وما إلى ذلك)، فقط أنصت باهتمام والتزام الهدوء والانتباه، وإذا لم تستطع السيطرة على عواطفك، اطلب استراحة قصيرة.

- يجب أن تكون مستعداً لقبول عدم ارتياح الناجي للرد على سؤال ما بعينه، فلا تضغط عليه، بل يجب أن تكون أيضاً على استعداد لقبول احتمال أن ينهي الشخص المقابلة في أي مرحلة إذا وجد أن الاستمرار سيصبح صعباً جداً.

سابعاً: نصائح "تغطية ومقابلات الصدمة":

تتطلب كتابة التقارير عن الصدمة ومقابلاتها مزيجاً من الحساسية والمَلَكَةِ، وعليه يقدّم دليل "تغطية الصدمة" الذي أنتجته إذاعة Radio for Peace building Africa وطوّر من قبل "جينا مور الصحفية المستقلة والمختصة بالشؤون الإفريقية وكتابة التقارير حول مرحلة ما بعد النزاع، وحقوق الإنسان"، مشورة شاملة لفهم آثار الصدمة النفسية، ومقابلة المصادر، وكتابة التقارير حول القصص ذات الطابع الحساس، والكتابة عن الصدمة، والأهم إجراء الحوارات مع ضحايا الصدمات، ويعتمد الدليل نصائح محددة بشأن كيفية إجراء مقابلات في المواقف الصعبة، وتأطير القصص، وذلك لحماية الضحايا، وليس لخلق الإثارة في مواضيع العنف، ومن هنا يستعرض كيف يمكن للصحافة أن تساعد المجتمعات في الشفاء لما بعد الصدمة، ولعل أبرز نصائحه يمكن جمعها ضمن خمس إرشادات على الشكل التالي:

1) **دع الأشخاص موضوع التقرير يحدّدون جو المقابلة:** وذلك عبر ترك فرصة لهم ليقرروا أين يريدون أن تتم المقابلة، وأين يريدون أن يجلسوا، وهنا من الواجب أن تكون نبهاً حول المكان الذي ستجلس فيه: بالنسبة للناجي من الصدمة، فلا تسدّ الطريق بينه وبين المخرج وإلا ستبدو كعائق أمامه.
2) **لا تتظاهر بأن قصتك ستعطي الأشخاص موضوع التقرير حلاً، فليس هناك حل:** وعلى عكس الصحافة التقليدية، لن تفي قصتك أبداً بإجابة مرضية حول السؤال "لماذا حدث ذلك؟" فقد تجد الخبراء الذين يمكنهم تفسير أسباب سياسية أو اقتصادية للحرب أو العنف، أو علماء النفس الذين يدرسون لماذا يسيء الرجال معاملة النساء على سبيل المثال، لكن بالنسبة للأفراد أو الجماعات الذين نجوا من أمر فظيع، فلا يمكنك أن تفسر لماذا حدث ما حدث لهم، وهذا هو السؤال الوجودي الذي سيواجهونه بقية حياتهم.
3) **تجنب لغة اللوم:** إذا قالت المرأة أنها تعرضت للاغتصاب على الطريق في وقت متأخر من الليل فلا تسألها، "لماذا كنت خارجاً في وقت متأخر من الليل على أية حال؟"، وإذا اختطف الطفل عند خروجه بمفرده للحصول على الماء فلا تسأله "لماذا تذهب وحدك لإحضار الماء؟ حيث وجد الباحثون أن بمقدور هذه الأسئلة أن تسبب الضرر النفسي للناجين، ذلك أن الأسئلة ستوحي بأن الصدمة كانت غلطة الناجي.

4) **للكتابة وإنتاج قصص عن الصدمة: اختر تفاصيل لأنها تسهم في تقدّم القصة وليس لأنها صادمة: فأفضل** الصحفيين يعرفون كيفية الحبكة الجيدة، وغالباً ما يقدّر الجمهور القصص المليئة بالتفاصيل، لكن في صحافة الصدمة يمكن أن تتقلب التفاصيل على القصة وشخوصها، ونادراً جداً ما يكون الخيار "هل يجب عليّ استخدام هذه التفاصيل؟"، بل يجب أن تتعلق الخيارات بدلاً من ذلك حول كيفية استخدام الاقتباسات والمعلومات والبيانات والتفاصيل بالطريقة الأكثر حساسية ومسؤولية.

5) **تواصل مع مصادرك قبل نشر قصتك أو بثها على الهواء: فلمصا**در المقابلة الحق أن يعرفوا ما هو اليوم، وفي أي وقت سيتم نشر القصة، وما المعلومات التي ستتضمنها من مقابلاتك معهم، ويعتبر هذا بمثابة مجاملة لأي شخص تجري معه مقابلة، لكنه أمر ضروري في التعامل مع الناجين من الصدمات" الذين يحاولون استعادة الشعور بالسيطرة على حياتهم.

ثامناً: نصائح أساسية لكتابة القصص الحساسة ومقابلاتها:



لتجربة الصحفية الهندية "بريانكا دوبي" مذاقها الخاصة، فهي استطاعت مقابلة شرطية مغتصبة من المفترض أنها المسؤولة عن حماية المغتصبات، ورغم تردد الشرطية أولاً بإجراء المقابلة خوفاً على الفضيحة وكشف أسرارها التي سيعاقبها عليها مجتمعها كما عاقبها المجرم المغتصب، إضافة لخوفها على سمعة السلك الذي تعمل فيه، لكن تجربة "دوبي كان لها مفعولها لإقناع الشرطية بالتحدث انطلاقاً من إيمان زرعته بداخلها مفاده "مصلحتك أهم من كل مقابلاتي"، مع تقديم نماذج لأعمالها، حول الموضوع نفسه لتقنعها أنها حتى لو تطوعت للدفاع عن قضيتها، فثمة صحفيون سيضعون هذه المهمة أمانة في أعناقهم، وبالتالي يمكن تلخيص هذه التجربة كما تسردها بنفسها وفق الآتي:

أ- كن صادقاً:



كل قصة تغطيها "محاولة متواضعة".. فلا ينبغي أبداً لأي مراسل دخول منزل أحد الأشخاص متوقعاً الحصول على قصة جيدة إذا كان إجراؤهم لمقابلة هو مهمتهم الوحيدة، وأثناء إجراء مقابلات مع الناجيات من الاغتصاب، تتفاعل مع النشطاء المحليين الذين قد يعرفون الضحية، وتستغرق وقتاً في التعرف على قصته أو قصتها أولاً، ثم تجلس مع

الشخص حتى يصبح مستعداً للحديث، وربما يكون الجميع صامتين في اليوم الأول، لكن تعوّد دائماً بالنسبة للقصص الإنسانية حول مواضيع حساسة مثل الاغتصاب، إن المفتاح هو "الصمت"، فعليك في البداية مشاركتهم حزنهم وأن تكون معهم، ولأن هذا العمل سيساعد في ضمان حصولهم على العدالة، فأنا دائماً أسأل سؤالاً افتتاحياً من سطر واحد مثل: "ماذا تريدين أن تقولي، أو ماذا تريدين أن يحدث؟ إذا بدأت في الحديث معها، فسوف تكسب ثقتها"، وضع في الاعتبار أنك ستواجه أشخاصاً لا يريدون التحدث، لكن ثابر بشكل هادئ وحذر، وعليه تقول "دوبي"، رفضت "نيتو كومار" في البداية التحدث، وهي شرطية تعرضت لاغتصاب جماعي، بينما كانت في الطريق إلى جنازة شقيقتها، حيث كانت تعبت من التحرش اللفظي الذي تعرضت له من قسمها، بمركز شرطة "لاتيهار"، وعندما تحدثت مع وسائل إعلام أخرى عن قضيتها، وتتذكر دوبي أنه بعد رفض "كومار" الحديث، قدمت لها طلباً أخيراً قبل أن تغادر: "إذا حدثتني، فستكون هذه مساعدة كبيرة، وسيساعد هذا على إخراج الأمر للنور، وأن نظهر للناس أن هناك رسالة"، وعليه تراجعت "كومار"، لتضيف قصتها إلى سلسلة دوبي ذات الثلاث أجزاء حول وضع الشرطيات في الهند، كما قام زملاء دوبي الصحفيون كذلك بتغطية القضية، وبعد أشهر قليلة من نشر سلسلة دوبي، أعلنت حكومة دلهي أنها ستزيد نسبة النساء ضمن قوة الشرطة، وتتذكر دوبي أنها قالت "لكومار"، "سعادتك وسلامتك العقلية أكثر أهمية بالنسبة لي من هذه المقابلة"، وأضافت "أعتقد أن هذا أثّر فيها".. "عليك فقط أن تكون صادقاً"، "وفي معظم الحالات، يكون هذا مؤثراً ومفيداً".

ب- قم بواجبك:



تقيم دوبي في دلهي، ولكن حتى الآن، فإن العديد من تقاريرها أجرتها في جميع أنحاء المناطق الشمالية من الهند، ورغم أنها ولدت في "بوبال" وغطت قصصاً في جميع أنحاء ولاية "ماديا براديش"، إلا أن الهند ضخمة جداً بحيث أنه سيكون من المستحيل معرفة كل قرية أو مدينة جيداً، ومن هذا المنطلق قبل الذهاب إلى المنطقة التي ستقوم بالتغطية الصحفية فيها، تجري "دوبي" أبحاث واسعة، وتشجع صحفيين آخرين على القيام بواجبهم، موصية بقراءة الصحف المحلية الصادرة باللهجات الإقليمية، وبالبقاء على اتصال مع المراسلين في المنطقة، والتحدث إلى خبراء، وتطوير الكثير من الخطط لمعرفة ما يجب عمله عندما تنزل فعلاً إلى الشارع، وكي تؤدي عمل صحفي لمدة يومين، تقول دوبي إنها قد تستغرق حوالي 20 يوماً في الاستعداد أثناء تغطيتها، ففي عملها بموضوع الأطفال المختطفين من دلهي للعمل في المنطقة المنتجة للسكر في ولاية أوتار "براديش"، كان الواجب الذي عليها القيام به هو تصميم استبيان حتى يمكن أن تتظاهر بأنها باحثة زراعية، فتوجهت إلى مزارعين، وسألت أسئلة بحثية بسيطة، وتعاملت بود معهم، وكان من المعتاد أن يقدموا لها المرطبات، وكانت تنتظر لترى من الذي سيجلب لها الماء، وكل ظنها أنه الطفل

المستهدف، وعليه تقول: "كنت أرى أن الصبي الذي يجلب لي المياه ليس من المقيمين بالمكان"، وأذكر دائماً لون بشرته، وملامحه، والطريقة التي يتحدث بها، لأدرك على الفور أنه ليس من هناك"، ولهذا استخدمت دوبي كاميرا "الباحث" لالتقاط صور للأطفال، وظهرت الصور في تقريرها، الذي نشر في "تيهيلكا"، وككل الصحفيين فإن القيام بمهمة بشكل سري يبدو مثيراً، وتأدية دوبي بالمهمة كباحثة هو الذي صنع قصة جيدة، ولكن ذلك لم يكن ليصبح ممكناً إذا لم تكن قد خططت دون كلل أو ملل لهذه الرحلة.

ج- بناء الشبكات الشخصية والمهنية:



على مدى السنوات الخمس الماضية كصحفية، بنت "دوبي" شبكة جيدة من المصادر المهنية في مناطق مختلفة في شمال الهند، ليساعدوها في التركيز على البحث عن المعلومات في أي مكان تقوم فيه بعملها، ولتساعدها هذه المصادر على الاستعانة بسائقين يمكن الاعتماد عليهم إذا كانت في الميدان، وهذا أمر ضروري، لا سيما عندما تقوم بالعمل في قرى نائية، حيث تقل أو تنعدم الاتصالات، في حين أن المجتمع المهني هو الأمر الحاسم بالنسبة لها لحسن سير العمل، إلا أنها تعتمد بشكل كبير على شبكة الموارد البشرية الخاصة بها، والتي تصفها بأنها "أكبر رأسمال لأي مراسل"، إذ تقول: "يمكن أن تتغير المؤسسات، وكل شيء قد يموت أو يسقط، لكن الأسرة من المصادر المحلية، والمراسلين المحليين، الذين يقومون بتطويرها هم الداعم الحقيقي لكم"، مضيفة: "الشبكة المهنية لها حدودها، فلا أحد سيضع حياته على المحك من أجلك مقابل بضعة دولارات أو بضعة آلاف روبية، ولكن (بفضل) شبكتي الشخصية، الجميع يعرف أنه لا يمكن لمسي وأن هناك عواقب لذلك".

د- اعتنِ بنفسك:



غادرت "دوبي" تيهيلكا لتكريس الوقت للقصص الهامة طويلة الأمد، وهي الآن كصحفية مستقلة فإن الموضوعات التي تغطيها غالباً ما تكون كئيبة، وتعترف أن هذا أثر سلباً على صحتها النفسية والجسدية، قائلةً: "إن الصحفي يشعر بالقلق أكثر، وما زلت أشعر إحساساً جيداً

لأنني لم أصبح قاسية"، مضيفة: "ما زلت أبكي أحياناً أثناء الكتابة، كما اعتدت أن أفعل في بداية عملي، ومنذ سنة أدركت أنني قد فقدت القدرة على الشعور بأنني طبيعية وسعيدة"، وحتى تعتني بنفسها، تحاول الحصول على راحة بين القصص، وتقضي بعض الوقت مع الناس، بغض النظر، عن كونها ملتزمة بعملها، لكن هذا لم يمنعها بالفعل التفكير بالخمس سنوات القادمة، مصرحة: "يوما ما، أخطط لبدء منصة للموضوعات الطويلة باللغتين الهندية والإنجليزية، فنحن بحاجة لبدء حركة الإنقاذ".

تاسعاً: نصائح لإجراء مقابلات مع اللاجئين باحترام وتعاطف:



تعتبر شيري ريشياردي Sherry Ricchiardi أن العالم يواجه اليوم أسوأ أزمة لاجئين منذ الحرب العالمية الثانية، وصلت إلى عدد قياسي مكون –من ستين مليون شخص في حالة فرار دائم من المناطق التي تشهد أعمال عنف في آسيا وأفريقيا والشرق الأوسط، وفقا للأمم المتحدة– ولا وجود لحلول جذرية في الأفق، وعليه تسأل هل الصحافيون على استعداد لتغطية ومقابلة الضحايا والناجين من بعض أفظع أعمال العنف في القرن الحادي والعشرين؟ وتجيب بنفسها هناك تحديات كبيرة، فكيف يمكن لمراسل أن يطلب من الأفراد الذين قد عانوا من الرعب والصدمة والخوف أن يقصوا معاناتهم؟ وهل هناك طريقة فاضلة للتقرب من أولئك الذين نجوا من صدمة عنيفة؟ ما هو المنطقي في التطفل على الآلام الشخصية؟

وكتقديم لأجوبة عن هذه الأسئلة تعمقت تجربة "ريشياردي" منذ حزيران/يونيو 1999 عندما جلست في خيمة مع لاجئين من كوسوفو، بعدما خاطروا بعبور ممرات جبلية غادرة للهروب من الجنود الصرب؛ حيث وجدوا ملاذاً آمناً على حدود "بلانتشي" في مقدونيا، وقد توافدوا بالآلاف لتأمين قوتهم ومأواهم، وحينها كانت في حيرة من أمرها حول كيفية إجراء الحوارات من دون حثهم على عيش التجربة الأليمة مرة أخرى، وإلى أي مدى تستطيع دفعهم للتكلم عن الوحشية التي شهدوها؟ إذا بكوا، أيجب أن تتوقف؟ ما أساليب العزاء الممكن تقديمها لهم؟ وكانت تسترشد بالقول المأثور: "الأهم من ذلك كله، لا ضرر ولا ضرار".

بقيت "ريشاردي" على مدى يومين، تستمع إلى وصف لقرى تم إحراقها بالكامل، واغتصابات للنساء، وإعدامات على نطاق واسع، وكانت أحياناً تبكي معهم وفي بعض الأحيان الأخرى حاولت إرضاء ضميرها من خلال تقديم أكياس المكسرات والشاي والتين المجفف لهم، وذات يوم تقول "شيري": (كنت يوماً في "بلاتشي"، وشهدت بدهشة مراسل يقترب من مجموعة من اللاجئات الشابات وسألهن: "هل تعرضتن للاغتصاب في قريتكن؟" فما كان لهن سوى الهرب والإجهاش بالبكاء، وسألت نفسي كيف يمكن للممارسات الصحفية السيئة إحداث أضرار جسيمة).

أفضل الممارسات لإجراء مقابلات مع الضحايا والناجين من العنف:

تلخص الصحفية "شيري ريشاردي" أفضل الممارسات لإجراء مقابلات مع الضحايا والناجين من العنف من مركز "دارت" للصحافة والصدمات النفسية، التابع للاتحاد الأوروبي للصحفيين (EFJ) وغيرهم من الخبراء، ونشرها المركز تحت عنوان نصائح حول تغطية أزمة اللاجئين، بما في ذلك تقنيات لإجراء المقابلات لعالمة النفس البريطانية "كاتي روبجانت" والتي عملت مع ناجين من انتهاكات حقوق الإنسان، بالتعاون مع أربعة صحفيين من ذوي الخبرة، وذلك وفق التالي:

- أكدت كاتي روبجانت على أهمية التعرف على أعراض الصدمات النفسية؛ وشرحت: "اذا بدأوا بالبكاء، وإذا تسارع نمط التنفس عندهم، أو إذا لاحظت أنهم ينظرون إلى الباب أو في جميع أنحاء الغرفة، قد تكون إشارة على أنهم لا يشعرون بالأمان، أو أن ما تتحدث عنه معهم يذكرهم بالصدمة التي عايشوها بطريقة سلبية"، مضيفة "عليك أن تأخذ خطوة إلى الوراء وتسألهم عما اذا كانوا على ما يرام لمواصلة المقابلة، أو إذا كنت باستطاعتك أن تفعل أي شيء لجعلهم يشعرون بالأمان".
- تحث "رويجانت" الصحفيين على "بذل كل الجهود" لإعطاء الأفراد قوة التحكم بمقابلتهم، وذلك بجعلهم يفهمون بأن ليس عليهم الإجابة على كل الأسئلة، وأن باستطاعتهم إنهاء المقابلة في أي وقت يرغبون به.
- نصحت المحررة السياسية في صحيفة "شبيغل أونلاين" الألمانية "رانيا سلوم"، في مقالة "دارت"، الصحفيين إلى "النظر للأفراد على أنهم أشخاص، وليسوا لاجئين والتعامل معهم على أسس التعاطف والاحترام، وليس الشفقة والتعالي"، وبالتالي لا تستخدم معهم أبداً لفظ أيها اللاجئ.
- وعلى نفس المنوال، شدد EFJ في مدونة نشرها في كانون الأول/ديسمبر 2015، على أهمية تبادل المشاعر الإنسانية خلال المقابلات للحصول على المردود المبتغى: "تعتمد نوعية المعلومات على قدرتك على تطوير الثقة".
- وقد فنّد دليل "Covering Trauma" المنتج من قبل المحطة الإذاعية الأفريقية لبناء السلام، مشورة شاملة لفهم آثار الصدمات النفسية، وقدم نصائح لإجراء المقابلات، ومن عينات نصائحه:

- "تصيب الصدمة الأفراد من دون إذنهم، وهنا يجب على الصحافة المسؤولة أن تتأكد، في كل مرحلة من مراحل إعداد التقارير وكتابة القصة، أن الناجين لهم كل الحرية بالسماح بإجراء هذه المقابلة دون أن يتعرض أي شخص للمضايقات".
- "لا تبدأ مع الأسئلة الصعبة، عليك بالسؤال عن أحوال الناجين من الصدمات أولاً، والحصول على بعض التفاصيل عن حياتهم، قبل أن تخوض في اللحظات الأكثر ضعفاً، وإذا كنت في مقابلة مع ناجين من مذبحة في قرية، ابدأ بالقول: "أخبرني عن قريتك قبل أن يجتاحها العنف"، وهذا ما سوف يساعد الناجي على الارتياح بالمقابلة".

- وكفكرة أخيرة: ما قدمته ورش العمل على كيفية محاورة ضحايا العنف وحرر عبر دليل المركز الدولي للصحفيين، وكانت من أفضل النصائح عندها: عدم طرح السؤال التالي: "كيف تشعر؟" ولا تبادر أبدا بقول: "أنا أعلم ما تشعر به".
- قدم نفسك ببساطة وقل لهم: "أنا آسف جداً لما فقدته"، أو "أنا آسف على ما تمرون به"، فمن الصعب التخلص من أثار الصدمة النفسية، وأخيراً أخبر الضحايا كم تقدر رغبتهم، واستعدادهم لمشاركة قصصهم.
- اللطف وأعمال بسيطة من الكرم، كتقديم زجاجة من الماء، أو مساعدتهم على حمل حزمة ثقيلة، ستساعد على تسهيل عملية بناء الثقة مع هذه الفئة من الأفراد الضعفاء.

عاشراً: نصائح للحصول على مقابلات وقصص إنسانية من ناجين تعرضوا للعنف الشديد:

لا يمكن اختبار قوة الصحفي وتأثير التدريبات التي تلقاها إلا على أرض الواقع، خاصةً إذا ما كان هذا الواقع شديد الخطورة بحيث يشعل حواس الصحفي وينبهه لكل الأشياء التي تعلمها، ويوقظ ذهنه بخبرات حصل عليها في وقت سابق، وعليه تقدم "صفاء صالح" لشبكة الصحفيين الدوليين كيفية الحصول على قصص إنسانية من ناجين رأوا أهوالاً لا توصف، علماً أن الصحفية تعمل كاستقصائية في جريدة "المصري اليوم"، وغطت أحداث في ليبيا وتونس واليمن، وعائدة حديثاً من العراق من زيارة للمناطق المحررة من تنظيم داعش، وحاصلة على جائزة سمير قصير لحرية الصحافة عام 2010 من الاتحاد الأوروبي على مستوى الدول العربية عن تحقيق "بنات التبغ".

- **خطتك الأساسية هي دليل تحركاتك:** فالتحضير للسفر قبل موعده بأسبوع، وبمجرد الحصول على موافقة السفر، والاتفاق مع الوسيلة على الرحلة، ينبغي تحضير النفس، وتجهيز خطة للعمل، والنقاط الأساسية المراد تغطيتها، مع وجوب تحضير قائمة بأماكن تريد زيارتها، وأشخاص ترغب بمقابلتهم، وبالطبع القراءة والبحث عن كل ما نشر من تقارير دولية وأجنبية لصحفيين زاروا البلد، وعليه تقول "صفاء": "ابتعدت تماماً عن المصادر الأمنية، فهم كما المعتاد يعوقون عمل الصحفي ويمنعونه من تنفيذ خط سيره، ولذلك استعنت بأصدقاء وعلاقات أوصلتني بمصادر هناك على أرض الواقع كانت

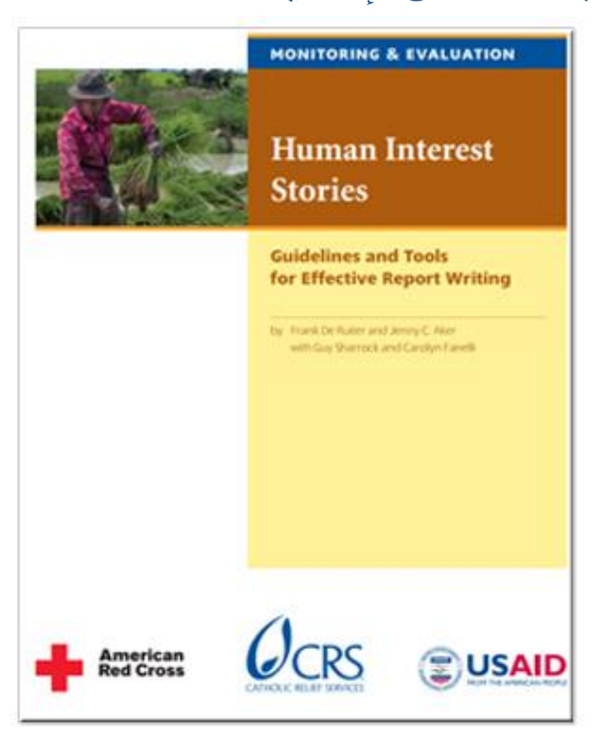
عوناً لي، أما عن جغرافيا المكان، فقد علمت أن نقطة وصولي هي بغداد ولذلك قمت بدراسة المناطق المحررة القريبة من العاصمة، والتي يمكنني زيارتها برياً".

- **المهارة في تحويل التجارب المؤلمة للضحايا إلى قصص صحفية:** حكت صالح طريقة حصولها على معلومات وقصص من الناجيات من العنف الشديد، قائلة: "كان الأمر صعباً فهم يحصلون على رعاية نفسية، وكان عليّ الاتصال بالكثير من المصادر لأتمكن من مقابلة الناجيات، واستعنت بأخصائية نفسية تتابع حالتهم، ومترجمة، وكنا نحن الثلاثة فقط نقابلهن، وكنت أسأل عن أدق التفاصيل، وكنّ يحكين لي ما حدث معهن بعد أن نخوض في دردشة بشكل ودّي"، ولهذا تنصح بأن يكون الصحافي لطيفاً مع الناجين من حوادث عنف شديدة، لأنهم يتلقون رعاية نفسية، ويجب أن يكون ذلك بوجود أخصائي نفسي قريب من الحالة، مع إظهار تعاطفك وانفعالاتك الطبيعية على القصة التي تسمعها، ففي النهاية أنت بشر، وليس عليك أن تفتعل تأثراً ليس حقيقياً، وتأكد أن إظهار مشاعرك الحقيقية يكسر حاجزاً بينك وبين الراوي، فيمنحك المزيد من المعلومات والتفاصيل، مضيفة: "قابلت نساء تعرضن للاغتصاب أكثر من مرة بطريقة وحشية، وكذلك نساء تم بيعهن في سوق الرقيق، وأخريات كان يتم الاعتداء عليهن أمام أطفالهن، كنت أستمع لهن كصديقة، وكن يروين المزيد ليتخلصن من عبء الحكاية المرعبة".
- **كيف تقنع الراوي بالتصوير؟** إنك كصحفي استقصائي عليك توثيق كل معلومة تحصل عليها بالصوت والصور والفيديو، وإذا كنت كسرت بالفعل الحاجز بينك وبين راوي القصة، فإن التصوير سيكون سهلاً، وكل ما عليك أن تشرح لهم أن التصوير في مصلحتهم، وأن الفيديو يدعم قصتك ويؤكد صحتها، وتضيف "صالح": "قلت لهن أن لديهن مطلق الحرية في الظهور بالشكل المناسب لهن، وبعضهن فضلن تغطية الوجه، أو الجلوس في إضاءة خافتة، أو التقاط صور عادية مع تمويه الملامح، لكن في النهاية اقتنعن وقبلن بالتصوير"، ولعل كون الصحفية "امرأة"، فهذا سهّل من مهمتها بالعراق، لأن الضحايا نساء ريفيات في مجتمع محافظ، وكان من الأسهل أن تتقرب لهن بأشياء بسيطة، ولهذا تقول: "أُربت على كتف الضحية أو أحتضنها، نبتسم ونضحك، فالنساء روت قصص عن اغتصاب وانتهاكات بشعة، وأعتقد أن كوني امرأة سهل عليهن الكلام بأدق التفاصيل أمامي".
- **أدواتك.. سر نجاح المهمة:** تم أخذ الكاميرا من الصحفية باليوم الثاني للمهمة، وضاع ما قامت بتصويره، لكنها احتفظت بهاتفها ذي الكاميرا، والذي وثّقت به أغلب قصتها، مستخدمة كاميرا الهاتف الذي اشترته مسبقاً بكاميرا ذات جودة عالية لتساعدها في عملها، وعليه تؤكد أن استخدامه كان أسهل من الكاميرا، فهو غير ملفت للانتباه، وكذلك لا يخشاه الناس عند التسجيل، إلى جانب كونه خفيف وصغير الحجم ويمكنها التنقل به بسهولة، علماً أنها حصلت على تدريبات كثيرة عن تغطية النزاعات، ولكن لم يكن ضمنها الجانب النفسي للصحفي، ما دفعها للقول: "إن أكبر ضغط نفسي شعرت به هو

ضيق الوقت وكثرة المهام، ولم تدرك اقترابها من الموت إلا عندما عادت وشاهدت ما صورته، ما يشير لأهمية حصول الصحفي على دعم نفسي إذا شعر بالحاجة لذلك"، وهو ما تنوي فعله، أما عن نصائحها لتأمين النفس، فتقول: "ابتعد عن الأمن تماماً، وأخبر مديرك ورئيس تحرير الجريدة أو المؤسسة التي تعمل بها بالمهمة، لقد فعلت ذلك وكانوا على اتصال دائم معي في كل خطوة، فضلاً عن المصادر التي تتابعني وترافقني أثناء رحلتي"، كذلك يتوجب التشديد على أهمية السرية التامة للعمل، وإغلاق وسائل التواصل الاجتماعي أثناء المهمة، وتخصيص خط هاتف لها، ومسح أيّ تطبيقات تساعد على تعقب أثرك وخاصة "الفايبر".

أحد عشر: القواعد الأخلاقية للتصوير في مقابلات القصص الإنسانية:

ثمة من يعتقد أن أنواع الصحافة الإنسانية، هي التي تقدمها بعض المقالات المختصة على أنها قصص من يساعدون الآخرين، والإنجازات الفردية، وأمثلة للشجاعة والتضحية، ولقاء أقارب أو أحبة بعد غياب طويل، وضحايا الحوادث والأمراض.. ويمكن القول إن هذه الأمثلة التي قدمت على شاكلتها مجلة "بريس غازيت" الخاصة بعالم الصحافة، تتيح إنجاز قصص إنسانية بسيطة، بينما يمكن إنجاز قصص إنسانية أعمق عندما يتم التركيز على القضايا الكبرى أو الأزمات الضخمة كضحايا الحروب.



ومن أمثلة هذا العمق نصائح مهمة لإنجاز تصوير القصص الإنسانية نشره الهلال الأحمر الأمريكي وخدمات الإغاثة الكاثوليكية عام 2008 ضمن دليل بعنوان: "القصص ذات البعد الإنساني" ورغم أن الدليل موجه بالدرجة الأولى إلى المنظمات التطوعية الخاصة لأجل إنجاز قصص إنسانية في إطار مشاريعها الخيرية، إلا أن النصائح تصدق كذلك على العمل الصحفي ذي العلاقة مع هذه القصص، ولعل أبرز ما يهم في هذا الدليل المعايير الأخلاقية الواردة في التعامل مع الناس الذين يكوّنون مركز القصص الإنسانية، ومن ذلك تجنب ما قد يسبب الأذى لهم، كخرق حقوقهم في الخصوصية عبر طرح أسئلة حول مواضيع حساسة ومحرجة، والتعامل مع جيرانهم دون إشعارهم، ونشر معلومات خاصة أدلوا بها دون أن يدركوا خصوصيتها، وعدم احترام المحيط الاجتماعي والثقافي للناس عند الحديث إليهم، كارتداء لباس مثير أو وضع رموز دينية تخالف معتقداتهم، وحول طريقة الكتابة الجيدة، فإنه يمكن القول

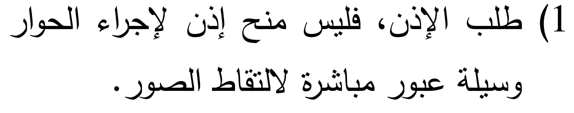


إن نوع كتابة "البروفايل الصحفي" تنجح في القصص الإنسانية، وتنجح كذلك طريقة كتابة الحوارات غير المباشرة، بجعل أقوال الشخص تستحوذ على جلِّ القصة، كما تنجح طريقة كتابة "الريبورتاجات" أو "التقارير الميدانية"، وأحياناً يتطوّر الأمر لطريقة كتابة "التحقيق الصحفي" إن كان في القصة كشف لخروقات كبيرة ما، وهي كلها تقنيات يمكن الاسترشاد بها لكتابة القصة الإنسانية حسب قوتها وأثرها والمجهود المبذول فيه.

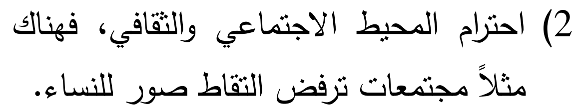
وكذلك تعدّ الصور أحد أهم مفاتيح نجاح القصص الإنسانية، فهي من تتيح التعرّف عن كثب على مركز القصة المكتوبة، وكثيراً ما ضاعت قصص إنسانية بسبب انعدام أو ضعف الصور والعكس صحيح، لدرجة أن الصورة لوحدها قد تخلق قصة إنسانية دون الحاجة إلى استعمال قواعد الكتابة الصحفية، لذلك أضحى لازماً، على الصحفي أن يكون ملماً بالتصوير الفوتوغرافي والتلفزيوني عبر كاميرا احترافية أو نصف احترافية، ليس فقط للقصص الإنسانية، بل للقصص الصحفية عموماً.

يقدم دليل "القصص ذات البعد الإنساني" مجموعة من النصائح المهمة في صور القصص الإنسانية، أهمها:





1) طلب الإذن، فليس منح إذن لإجراء الحوار وسيلة عبور مباشرة لالتقاط الصور.



2) احترام المحيط الاجتماعي والثقافي، فهناك مثلاً مجتمعات ترفض التقاط صور للنساء.
3) خلق محيط من الثقة بين الصحفيين والشخص مركز القصة، وجعل هذا الأخير هو من يقرّر متى تؤخذ له الصور.



4) البحث عن أماكن معبرة ذات دلالة قوية للحضور كخلفية في الصور.
5) التقاط صور تشرح وتقوّي القصة.
6) الحرص على توازن الألوان في الصورة وبين الخلفية والموضوع.

7) التمرّن على التقاط صور البورتريه في الكاميرا، بحيث تكون اللقطة مكبرّة وتشمل التفاصيل الدقيقة للوجه مع التركيز على العينين.

8) تتجلى النصيحة الأخيرة في تقديم نسخ من الصور للموضوع، فكثيراً ما لا تتوافر صور للأشخاص الساكنين في المناطق النائية، لذلك يعد استخراج الصورة وإرسالها لموضوع القصة بشكل مباشر، هدية جميلة تبين أن الصحفي متشبع هو الآخر بثقافة المشاركة الإنسانية.

الخلاصة

للمقابلات خصوصية حينما ترتبط تحديداً بالقضايا الإنسانية ومنطلقات إنسانية الصحفي في تعامله مع ضيوفه (الضحايا – المجرمين)، والفارق في أسلوب إجرائها مقارنة بالأحاديث الصحفية التي تجرى في الميادين العامة السياسية والاقتصادية وغيرها، وهناك مبادئ أساسية للأحاديث المرتبطة بالقضايا الإنسانية، ومنطلقاتها وقواعدها، وخصوصية المصطلحات المستخدمة فيها، مبينة ضرورة عدم مقابلة الأشخاص فيها كمتهمين، أو مذنبين، مع اعتبار المقابل (الضيف) ليس ضحية بل ناجي (بطل)، خاصة حينما يتعلق الأمر بالحقوق الأساسية له، مع التركيز على بعض القضايا الخاصة كنماذج إنسانية، مثل قضية العنف القائم على النوع الاجتماعي، وقضايا الصدمات، وقضايا اللاجئين، واختتمت الوحدة بالأدلة التعليمية الدولية في هذا المجال مثل (دليل ويتينيس) للمقابلات حول قضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي، وقواعد إجراء المقابلات مع الناجين من الحروب حسب "ميرون فاروهاكيس"، إلى جانب خصوصية التصوير أثناء الأحاديث الإنسانية، والتي ركزت جميعها على احترام الخصوصية وإنسانية المتحدث فيها، واحترام تجربته، وعدم جعل المقابلة الصحفية تجعله يعيش مرارة ما واجهه من جديد.

المراجع

- جوليا بارتن، نصائح لإجراء المقابلات الصحفية الصعبة، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- أسامة عبد الرحمن، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية، القاهرة، 2002.
- محمد منير سعد الدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، بيروت، دار بيروت المحروسة، ط2، 1418هـ/1998م.
- حسنين شفيق، مهارات إدارة الحوار الاعلامي، القاهرة: دار فكر وفن، 2010.
- أمير تاج الدين، الحوار الناجح دليلك إلى اكتساب الثقة، القاهرة، كنوز للنشر والتوزيع، 2009.
- جيمس ك، فان فيليت، قوة المحادثة "مفتاح النجاح مع الناس"، مكتبة جرير ، 2007.
- ستيفن كوفي وآخرون، الحوارات الحاسمة أدوات لتحويل الموقف لصالحك عند احتدام المناقشات، مكتبة جرير ، 2008.
- لينين واكس مان، تعليمات المبتدئين لإجراء المقابلات، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- مادلين بيرلي ألين وأنطوانيت د. لوشا، الإنصات " فهم ما وراء الكلمات"، القاهرة، مركز خبرات المهنية للإدارة ، بميك، 2008.
- نايت سيتيزن، نيوز نتووركن إجراء المقابلات الصحفية، دليل للصحفيين الشعبيين، شبكة الصحفيين الدوليين، 2009.
- هاريسون مونارث ولارينا كاس، المتحدث الواثق، مكتبة جرير ، 2008.
- ألبرت لام، هستر وواي لان ج. تو، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كما عبد الرؤوف، القاهرة، دار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
- أسامة عبد الرحيم علي، العلاقة بين فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية لدى جمهور قراء الصحف، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002.
- شيرلي بياجي، تعريب كمال عبد الرؤوف، المقابلة الصحفية فن، القاهرة: الجمعية المصرية لنشر الثقافة العالمية، 1986، ص 198-200.
- كارل واين، تعريب عبد الحميد سرايا، كيف تصبح صحفياً، القاهرة، دار الثقافة، د.ت.
- فيل أولت، تعريب أحمد قاسم جودة، وراء الأخبار ليلاً نهاراً، القاهرة، دار النهضة المصرية، 1983.
- Allan Hogan, the Television Interview, Australian Film and Television School, 2Th edition, (1985), p.1.
- http://communication.akbarmontada.com/t772-topic
- http://safaabass.blogspot.com/2014/11/blog-post_82.html
- http://arij.net
- http://www.ijnet.org.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

النقطة التي اتفقت عليها أساسيات كل الأدلة والتجارب في المقابلات الخاصة بالقضايا الإنسانية:

A. سرية التصوير الممنوعة.

B. مكان المقابلة وجوّها.

C. وجوب إنهاء المقابلة متى أراد الناجي.

D. لا تبدِ تعاطفاً زائداً.

الإجابة الصحيحة: b مكان المقابلة وجوّها

الصحفية التي استطاعت تغيير قناعة شرطية تعرضت للاغتصاب بالمقابلة والحديث عن قصتها:

A. الهندية بريانكا دوبي.

B. الأمريكية ماري بريتش.

C. الفرنسية آنه كاستيريه.

D. الدنماركية فوريزي باكين.

الإجابة الصحيحة: a الهندية بريانكا دوبي

العنوان العريض الذي تدور تحت عباءته كل المقابلات الإنسانية:

A. لا تجعل الناجي يشعر بالإهانة والذل والاحتقار واللوم لمعاناته.

B. لا تجعل المعذب يشعر بالندم على المقابلة لأنه قابل من لا يتعاطف.

C. لا تجعل الضحية تستعيد الألم نفسه الذي عانته خلال مقابلتك.

D. لا تجعل الضحية يظهر ضعيفاً بل أظهره قوياً وأظهر إنسانيته.

الإجابة الصحيحة: c لا تجعل الضحية تستعيد الألم نفسه الذي عانته خلال مقابلتك

تعد "شيري ريشاردي" أفضل الممارسات لإجراء مقابلات مع الضحايا والناجين من العنف بعدما عايشت:

A. في مقبرة ضحايا ناجين من مجزرة لا ماي الفيتنامية التي ارتكبها الجنود الأمريكيون.

B. في خيمة لاجئي كوسوفو، بعدما خاطروا بعبور ممرات جبلية للهروب من الجنود الصرب.

C. في سجن أبو غريب كصحفية تغطي اعترافات إرهابيي القاعدة في العراق وليس الضحايا.

D. في منطقة ضربت بالأسلحة الكيماوية بعدما كانت تمسح وجوه الضحايا بالمشفى بالكولا.

الإجابة الصحيحة: b في خيمة لاجئي كوسوفو، بعدما خاطروا بعبور ممرات جبلية للهروب من الجنود الصرب.

الوحدة التعليمية السابعة
التحقيق التليفزيوني المفهوم والخصائص ومراحل الإعداد التقني والبصري

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح مفهوم التحقيق الصحفي والتليفزيوني
2. يحدد أشكال التحقيق في التليفزيون من خلال تحديده المفاهيمي
3. يحدد بعض التعريفات الأولية للتحقيق بمفهومه العام
4. يشرح خصائص التحقيقات التقليدية في وسائل الإعلام
5. يعدد أنواع التحقيقات كنوع صحفي مستقل
6. يشرح وظائف التحقيق وفق مدرسة الأنواع الصحفية
7. يحدد مراحل إعداد التحقيق وخطوات إعداده التقنية والبصرية، ابتداء من نقطة الانطلاق، إلى اختيار موضوع التحقيق كخطوة أولى هي الأهم، وصولاً إلى مراحل نجاح التحقيق وخطواته التالية، وبالتالي مراحل وخطوات التقصي التطبيقية، وختاماً بقائمة التحقق من المسار الصحيح.

العناصر:

أولاً: منطلق مفهوم التحقيق الصحفي والتليفزيوني.

ثانياً: أشكال التحقيق في التليفزيون من خلال تحديده المفاهيمي.

ثالثاً: بعض التعريفات الأولية للتحقيق بمفهومه العام.

رابعاً: خصائص التحقيقات التقليدية في وسائل الإعلام.

خامساً: أنواع التحقيقات كنوع صحفي مستقل.

سادساً: وظائف التحقيق وفق مدرسة الأنواع الصحفية.

سابعاً: مراحل إعداد التحقيق وخطوات إعداده التقني والبصري.

أ. نقطة الانطلاق.

ب. اختيار موضوع التحقيق (الخطوة الأولى الأهم).

ج. مراحل نجاح التحقيق وخطواته التالية.

د. مراحل وخطوات التقصي التطبيقية.

هـ. قائمة التحقق من المسار الصحيح.

الكلمات المفتاحية:

التحقيق الصحفي والتليفزيوني – أشكال التحقيق في التليفزيون – تعريفات التحقيق – خصائص التحقيقات – أنواع التحقيقات – وظائف التحقيق – مراحل إعداد التحقيق – إعداد التحقيق التقني والبصري – نقطة الانطلاق – اختيار موضوع التحقيق – مراحل نجاح التحقيق – خطوات التقصي التطبيقية – قائمة التحقق من المسار الصحيح.

أولاً: منطلق مفهوم التحقيق الصحفي والتليفزيوني:



انطلق التحقيق من فكرة الصحافة المعمقة، التي تتوجه لجمهور أكثر نوعية ونهماً للمعرفة، فلا يكتفي بما قدمه الخبر، ويتجاوز ما يعاينه المراسل في تقريره الذي يعايش الحدث، وصولاً إلى مادة أكثر نوعية ومعرفة ومعاينة ومعايشة للواقع، ما جعل التحقيق يلقب بحديقة الأنواع الصحفية، كونه يجمع كل الأنواع الإعلامية تحت عباءته، من أخبار وتقارير ولقاءات ومقابلات وشروحات وتفسيرات وتحليلات.

وعليه إذا كان لكل نوع صحفي بطولته الخاصة، فإن التحقيق يعد بمثابة الدروة الأولمبية للأنواع الصحفية التي تتضمن كل المسابقات النوعية لمجمل هذه الأنواع، وبالتالي تحدد المفهوم الأولي للتحقيق

وفق هذه المدرسة من كونه فن يقوم على التحري، والبحث، والدراسة لواقعة، أو حدث، أو فكرة، أو مشكلة، أو قضية، أو ظاهرة، تشغل اهتمام القطاع الأعم من الجماهير، أو اهتمام جزء منه في وقت معين، وفي مكان محدد، بحيث يشرح، ويفسر، الأسباب والدوافع الخاصة بها، ويبحث في الأسباب والعوامل السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية أو الحضارية التي تكمن وراء موضوع التحقيق، الذي يدور حول سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التي تحتاج لإجابة، ومشاكل تحتاج لحلول، سعياً لإصدار حكم في النهاية يتضمن حلولاً للمشكلات، أو إجابة عن التساؤلات، أو عرض موقف المحرر، أو قد يكتفي بعرض جوانب معينة.



ومن هنا احتار المنظرون في تصنيف التحقيق بين المواد الإخبارية كونه يقدم العديد من المعلومات والأخبار، وبين مواد الرأي باعتبار أساسه الشرح والتفسير والتحليل الذي تتخذ منه صحافة الرأي أدواتها الفنية، فيما كانت النظرة المستقبلية بتصنيفه ضمن مدرسة خاصة أطلق عليها لقب الصحافة الاستقصائية، ولكن هذه المدرسة فرضت على التحقيق السير ضمن ثلاثة خطوط هي المشكلة التي يحاول البعض إخفاءها سواء للتستر عن فساده أو إخفاء إعماله، مع وجوب ملامسة المشكلة لهموم واهتمام الغالبية من الجمهور والجهد الذاتي للصحفي كي لا يقع ضن دائرة التحقيق الذي يسعى لتحقيق أهداف خاصة وليس بغيته المصلحة العامة.

وبالتالي يبقى التحقيق بمفهومه العام يمكن أن يشمل وفق هذا المنظور معالجة عمومية عن ظاهرة عامة، وهو ما يدعوه البعض بتقرير الموضوع الإخباري (الفيتشر نيوز)، كما يمكن أن يلامس قضية أو فكرة أو حدث، ومن ضمنها افتراض الإشكالية التي يراها المحققون ميزة مدرستهم الاستقصائية، لكن دون إسناد أسباب المسؤوليات وتحديد الجهات السلبية التي تقف وراءها، مثبتةً ذلك بالحجة والدليل القاطع، وتحديد الشأن العام المتضرر جراءها.

وكدليل على مفهوم التحقيق العام بمعالجته ظواهر واكتشاف رحلات فإن التحقيق ابتدأ مع تحقيق منابع نهر النيل الطويل الذي قام به "هنري ستانلي" عام 1871 الذي واكب البعثة الموجهة لاكتشاف مصادر منابع نهر النيل.

مفهوم التحقيق من منظور اللغة:





ومن هنا فإن تحديد مفهوم التحقيق من منظور اللغة ينطلق أولاً بأنه الكلمة التي تنطوي في اللغتين الإنكليزية والعربية على مستويين أولهما يرتبط بالمعنى المجرد أو المعجمي وثانيهما إصطلاحي يرتبط بالصحافة المعاصرة، وبالتالي "فالريبرتاج" ككلمة إنكليزية ترتبط بالتقرير عكس ارتباطها بالصحافة العربية بكلمة "تحقيق"، وعليه جاء في القاموس تحقق الرجل من الأمر أي تيقنه، والتحقيق ترجمة للفظة (Enquete) التي تعني البحث، والفحص، والتفتيش والكشف، والاستخبار، والاستقصاء ما يقضي أن التحقيق الصحفي ليس فقط نقلاً لوقائع انطلاقاً من حدث أو خبر، بل هو الانطلاق من قضية، أو مشكلة، أو معاناة ذات طابع عام، وبشكل مبسط، وشامل بحثاً عن الأسباب، وكشفاً للخطايا، واستخباراً عن الأبعاد والنتائج، ومن جهته يعرف المعجم الوسيط أن: حقق الأمر أثبته وصدقه، وتحقق من الأمر تأكد لديه، والحقيقة الحال الثابت يقيناً، وكل هذه المعاني شروط بديهية لمن يسعى إلى الحقيقة، وينشد الثابت واليقيني تجاه مسألة من المشاكل التي تعرقل حياة الناس وتهم الرأي العام، ويتبين من مجمل هذه المعاني أن التحقيق يشتمل التحقق والتقصي عبر تتبع الأثر، وكان تقصي الأثر مهنة معروفة في العصر الجاهلي والعصور الأولى للحضارة الإسلامية، سيما وإن ظروف الحياة الاقتصادية والعسكرية تتطلب ذلك، فهناك من له القدرة على تتبع الهاربين، أو أثر الحيوانات والقوافل الضالة، وما زال يسمع بتشكيل لجان تقصي الحقائق والتحقق منها، التي عليها البحث عن حقيقة مشكلة ما بزيارة جميع الأماكن، والاستماع إلى شهادات جميع الأطراف في الموضوع، وغالباً ما يكون أعضاء لجنة التحقيق من ذوي الخبرة المشهود لهم بالنزاهة وسعة التجربة.

مفهوم التحقيق التليفزيوني:



يتحدد مفهوم التحقيق التليفزيوني بأنه المضمون الذي يأخذ محتوى نوع صحفي يتمثل بالتحقيق، لكن يقدَّم ضمن شكل بصريٍّ سردي، يتناسب مع الأنواع التليفزيونية، المتعددة، التي تقبل التحقيق بأشكاله التقليدية والمعاصرة والاستقصائية، وبالتالي يمكن أن يترجم عبر برنامج مستقل، أو عبر جزء من برنامج، أو عبر تقرير يقدم أول البرنامج، ثم يتولى ضيف إتمام مهام البرنامج مع المقدم، كما يمكن أن يكون ضمن

نشرات الأخبار، أو ضمن برامج المنوعات، أو فترات الهواء التي تستعرض تحقيقاً عن مجريات أبطال البث المباشر، أو عبر البرامج الاقتصادية، أو السياسية أو الاجتماعية....، أو ضمن أي نوع برامجي آخر، ما يعني أن خصوصيته ومدته تتواكب لتلائم نوع البرنامج الذي يقدم ضمنه، ومحتواه ونوعه.

ثانياً: أشكال التحقيق في التليفزيون من خلال تحديده المفاهيمي:

يمكن أن يقدم التحقيق في التليفزيون عبر الأشكال التالية:



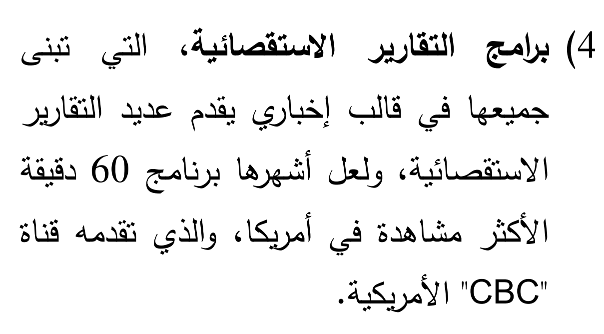
1) **التقرير الاستقصائي ضمن نشرات الأخبار:** وهنا يتوجب على المحقق تكثيف عرضه البصري، لأن مدة التقرير الاستقصائي التليفزيوني ضمن نشرات الأخبار، لا تزيد عادة عن 3-5 دقائق، وهو أطول من شكل التقرير الإخباري الذي جرت العادة أن لا يزيد عن 140 ثانية كحد أقصى.

2) **تقرير "الفيتشر نيوز":** (الموضوع الإخباري ذي الطابع الإنساني) وهو يعرض عادة لتحقيقات المكان ذي الطابع الخاص، أو تحقيق الشخصية أو الأفعال ذات الطابع الإنساني الغريب، حتى أنه يمكن أن يدعى أحياناً تقرير "كيف يمكنك فعل ذلك، How you do it"، أو تقرير المناسبات والعادات غير التقليدية، ويتخذ شكل التحقق هنا من الظاهرة مدة التقرير الإخباري التقليدي الذي لا يتجاوز الدقيقتين، وإن فعل فببضع ثواني ليس إلا.



3) **برامج التحقيقات التليفزيونية:** التي يمكن أن تعرض لتحقيق تليفزيوني مثل "سري للغاية" والصندوق الأسود، أو تعرض فيه لتقرير استقصائي أو أكثر، وتستضيف بعض المصادر للتعقيب على تلك التقارير، كبرنامج "نصف الحقيقة" التي تقدمه الفضائية السورية، وعادة يأخذ شكلاً يحدده خيال معدِّه، سواء عبر حضور جماهيري أو اتصالات هاتفية من عدمها.





4) **برامج التقارير الاستقصائية،** التي تبنى جميعها في قالب إخباري يقدم عديد التقارير الاستقصائية، ولعل أشهرها برنامج 60 دقيقة الأكثر مشاهدة في أمريكا، والذي تقدمه قناة "CBC" الأمريكية.



5) **الأفلام التسجيلية أو حتى الوثائقية:** التي عادة يستخسر معدوها وضعها ضمن برامج أخرى، للجهد الكبير المبذول فيها، والمردود الناجم عنها، فيقررون إنتاجها على شكل أفلام قصيرة أو متوسطة وأحياناً طويلة، سواء عبر تسجيل لحظات الحياة التي أبرمها التحقيق أو عبر سرد وثائقه، ويمكن أن يبث من قبل القناة المنتجة، أو يوزع على قنوات عدة، ولعل قنوات عديدة مثل "BBC– CNN–CBC– ABC" تشتهر به وبإنتاجه، كفيلم "كفن دافنشي" و"سر الغواصة كورسيك"، و"خلف جدران الصمت".

6) **أشكال أخرى:** يبدعها أصحابها بطرق عرض خاصة، غير مألوفة، تكون على شكل إنتاجات تليفزيونية يتفنن أصحابها بطرق السرد البصري فيها.



ثالثاً: بعض التعريفات الأولية للتحقيق بمفهومه العام:

- **تعريف ابراهيم إمام:**

يعرّف ابراهيم إمام التحقيق الصحفي بالفن الحديث نسبياً في العمل الصحفي؛ حيث لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين؛ إذ كان الطابع الخبري والمقالي هما أساس العمل الصحفي آنذاك؛ فهو فن يبدأ من حيث انتهى الخبر"، وهو مختلف عن فن الكتابة العادية كونه ينطوي على تحريرٍ صحفي وفن تصويري وتبسيط للحقائق مع الاستعانة بالصور الفوتوغرافية أو بالرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح من خلال التحقيق الصحفي.

- **تعريف محمود أدهم:**

يعرف محمود أدهم التحقيق الصحفي بأنه نتاج الكاتب الصحفي المحترف ويعتبر التحقيق المصور تغطية تحريرية تضيف إلى خبر جديد أو تتناول موضوعاً قديماً أو مشكلة هامة ليقدم بطريقة مشوقة، وتكون أكثر من مجرد قصة أو تقرير عنه، مقدمة ًلظواهره، رابطة بين أسبابه القريبة والبعيدة، ونتائجه الحالية والمتوقعة، مقدمة كذلك لآراء من يتصلون به عن قرب أو يثق القراء في درايتهم بجوهره مع جواز تقديمها لرأي المحرر نفسه أو وجهة نظر وسيلة النشر، ضاربةً المثل بوقائع مشابهة في الداخل أو الخارج حديثة أو قديمة، يقوم بها محرر يجمع بين صفات المخبر الصحفي والباحث، وله دراية باللغة العربية، وقدر من الذوق الأدبي، ومعرفة بلغة أجنبية أو أكثر، ومعرفة بالتصوير ، والاختزال، ويقدم لقرائه بهذه التغطية مادة مفيدة ومشوقة، وقد يوجههم بعدها إلى وجهة معينة كما يقدم لصحيفتهأو مجلته زيادة في عدد نسخ المبيعات.

- **تعريف جلال الدين الحمامصي:**

يعرف جلال الدين الحمامصي التحقيق الصحفي بأنه الفن الذي يستطيع تسليط جملة أضواء على فكرة أو مشكلة أو ظاهرة سلبية أو ايجابية، خلال تداولها بالشرح والتحليل، بالاستعانة بالأشخاص الذين يقعون في دائرتها، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به، وتتبع قراءته، هذا الشرح أو التعليل هو الذي يجعل للتحقيق صفة الجذب، وهو الذي يكثر من عدد القراء.

- **تعريف جيهان عطية:**

تعرف جيهان عطية التحقيق بأنه النوع الذي يجيب بعمق واستفهام على السؤالين كيف؟ ولماذا؟ فالتحقيق موجود لأن الصحفي هو الذي يختار أن يبذل الوقت والجهد للبحث فيما وراء ما هو ظاهر، ومعروف للجميع، عن حدث ما، لذلك فالتحقيق الصحفي ينتمي بشكل أكثر تخصيصاً إلى المحرر قبل أن ينتمي إلى المتلقي، فالمحرر هو الذي يختار التحقيق من المعلومات العامة والسرية والأفكار والبحث والمقابلات وتجميع الحقائق التي يعرف عنها القليل أو غير المعروفة بطرق جديدة، وبالتالي يتميز بالتعمق بالبحث ودراسة الأبعاد المختلفة للموضوع، وهو يستهدف إقناع المتلقي بأهمية وخطورة القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يطرحها الكاتب، وذلك بهدف كسب الرأي العام، لصالح القضية التي يطرحها، أو الحل الذي يقدمه لهذا القضية، وهو يحتاج إلى أسلوب بسيط لكن عميق، وغالباً ما يعتمد على الدراسات والبحوث ويستعين بالأرقام والإحصاءات والرسوم الإيضاحية، كما أنه لا يعتمد على مهارات الصحفي المختلفة بحسب لكنه يحتاج أيضاً إلى الاستعانة بمعظم أنواع التحرير المختلفة مثل التقرير والحديث والخبر.

- **تعريف فاروق أبو زيد**

يعرف فاروق أبو زيد: أن التحقيق الصحفي يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينهما إلى أن يصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة، التي يطرحها التحقيق الصحفي، أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية، أو الفكرية، أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق، ولا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتسم الفكرة بالجدة، أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

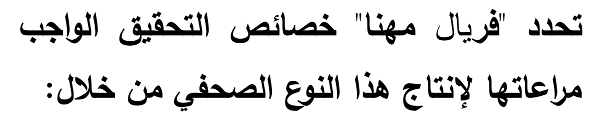
- **تعريف محمد عبد الحميد**

يعرف محمد عبد الحميد التحقيق بأنه عملية تسليط الأضواء على فكرة أو ظاهرة آنية وهي رؤية تضع التحقيق بمثابة تقرير استطلاعي.

- **تعريف أديب خضور**

يعرف أديب خضور التحقيق الصحفي بأنه: "نوع صحفي إخباري مستقل ومتميز، ويعده صحفي كفءٌ، ويعكس شريحة واسعة وعميقة من الواقع الموضوعي، تتمثل في ظواهر ومشاكل وقضايا وتطورات وأحداث بالغة الضخامة والأهمية، وتهم شرائح اجتماعية واسعة، يعالجها التحقيق بقدرٍ كبير من الشمولية والعمق، ويقدم الوصف والشرح والتفسير والتحليل والتقييم معتمداً أساساً على الخبراء والمختصين والمسؤولين والمعنيين بهذه الأحداث والقضايا والظواهر، ويتوجه أساساً إلى قارئ نوعي مهتم، ومعني وربما مختص، بهدف تعميق معرفته بالمشكلة وفهمه لها، ودفعه للإسهام في حلها، وبذلك يقوم التحقيق بوظائف الإعلام والتوجيه والتثقيف".

رابعاً: خصائص التحقيقات التقليدية في وسائل الإعلام



تحدد "فريال مهنا" خصائص التحقيق الواجب مراعاتها لإنتاج هذا النوع الصحفي من خلال:

1. التحقيق نوع إعلامي يتيح للمتلقي ما لا يتيحه نوع آخر بمثل هذا الوضوح والتفصيل.
2. التحقيق لا يقتصر على تقدم الحدث أثناء حركته الواقعية القائمة أو المنتهية، وإنما يستحضر أيضاً حركته المنتهية في ماضٍ قريب أو بعيد، من خلال كلمات وصور ومشاهد ولقطات تبعث الحياة في أوصال الحدث.
3. ينقل التحقيق المتلقي إلى مسرح الحدث، ويوفر للمتلقي استقاء المعلومات من مصادرها الأولى.
4. التحقيق يتوغل في الرد على تساؤلات عدة أهمها (لماذا؟).
5. التحقيق يحدق بجميع جوانب الموضوع، ويشبعه شرحاً وتوضيحاً وتفسيراً.
6. التحقيق يحتضن الخبر والتقرير والتعليق والتحليل والمقابلة واللقاء.
7. آنية التحقيق مرتبطة بموضوعاته وأنواعه وطبيعته وظروف اختياره.



8. التحقيق يقع منفرداً شكلاً وجوهراً في المطبوع أو المتلفز.
9. التحقيق لا يكتفي فقط بتقديم الموضوع وشرحه وتفسيره، بل يفتش أيضاً عن أدلة ملموسة وقرائن محسوسة، والبحث عن عناصر خفية لا تحيط بصورة واضحة بالحدث.
10. التحقيق لا يثمر إلا إذا كان محرره موضوعياً في معالجته للحدث.
11. يفقد التحقيق مبرراته إذا كان أحاديَّ الجانب.
12. يتصدى التحقيق لقضايا ذات أهمية كبرى تقع في بؤرة الاهتمام العام.
13. يخوض التحقيق في جميع القضايا والموضوعات الحياتية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعلمية والأدبية والفنية والتاريخية.

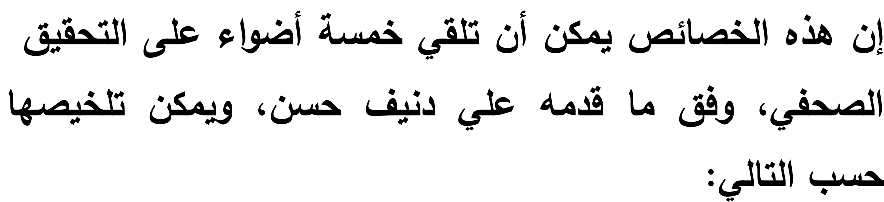
من جانبه يحدد أديب خضور خصائص التحقيق وفق التالي:

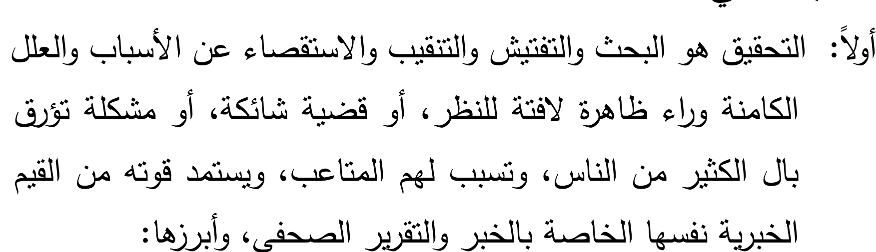
– يقدم معالجة أوسع وأعمق؛ حيث يعكس شريحة أوسع وأعمق قدر ما يتيحه الإبداع الصحفي، وبذلك فإن المهمة الأساسية للتحقيق الصحفي هي معالجة موضوعه بأقصى قدر يتيحه العمل الصحفي من الشمولية والعمق، ولا يوجد نوع صحفي يستطيع أن يعالج الأحداث والتطورات بهذا القدر من الشمولية والعمق كما يفعل التحقيق.

– يقدم معالجة متكاملة لموضوعه، تشمل عرض الموضوع وتقديمه وتقسيمه إلى محاور يعالج كل محور على حدى، وصولاً إلى خاتمة تتضمن تشخيصاً أو فهماً معيناً للظاهرة، أو حلاً محدداً للمشكلة، أو تفسيراً للحدث.

– يتوجه التحقيق أساساً إلى قارئ نوعي، مهتم، أو معني، أو مختص بموضوع التحقيق، ويمتلك خبرة اتصالية غنية ومستوى معرفياً عالياً، ويتعامل مع التحقيق بقدر كبير من الجدية، ويقرأه بدرجة عالية من التركيز والاهتمام.




إن هذه الخصائص يمكن أن تلقي خمسة أضواء على التحقيق الصحفي، وفق ما قدمه علي دنيف حسن، ويمكن تلخيصها حسب التالي:


أولاً: التحقيق هو البحث والتفتيش والتنقيب والاستقصاء عن الأسباب والعلل الكامنة وراء ظاهرة لافتة للنظر، أو قضية شائكة، أو مشكلة تؤرق بال الكثير من الناس، وتسبب لهم المتاعب، ويستمد قوته من القيم الخبرية نفسها الخاصة بالخبر والتقرير الصحفي، وأبرزها:


– أن يكون التحقيق جديداً.

– أن يعالج مشكلة تواجه أكبر عدد من الناس، إذ لا يمكن تقصي الأسباب التي تقف وراء الإصابة

بمرض نسبة ضحاياه 3 بالمليون على سبيل المثال، ولا مشكلة يعاني منها بعض الأفراد.

ثانياً: يعني التحقيق فيما يعنيه جمع أكبر كمية من المعلومات عن الموضوع، وقد تكون تلك المعلومات على شكل شهادات أو إحصائيات أو مشاهدات موثقة، وتستمد أغلب التحقيقات الصحفية قوتها من المعلومات الجديدة لاسيما تلك التي يكشف عنها النقاب لأول مرة، فكاتب التحقيقات يشبه المستكشف أو الباحث العلمي الذي ينتظر منه الوصول إلى نتائج دقيقة وحاسمة، ولا تعير أغلب الصحف المحترفة أهمية لتحقيقات تعيد ما سبق قوله.

ثالثاً: يمكن القول أن هناك ثلاثة أنماط من التحقيقات الصحفية:

- أولها: التحقيق البسيط الذي يعالج الموضوع على نحو ظاهري من دون الوصول إلى جميع أسباب المشكلة أو جوهرها الحقيقي، ومثل هذه التحقيقات مهمتها الأولى دق جرس الإنذار مبكراً بانتظار من يكمل المشوار.
- والنمط الثاني هو التحقيق المتوسط الذي يتوغل في الموضوع ولكنه يقف عند حدود معينة نتيجة أسباب عدة أبرزها: ضعف إمكانات كاتب التحقيق أو محددات سياسة الجريدة، والخوف من ردود الأفعال.
- أما الثالث وهو المهم فهو (التحقيق العميق) الاستقصائي (الذي يصل إلى جذور المشكلة وأسبابها حتى لو كان في الكشف عنها الكثير من المخاطر).

رابعاً: ليس هناك قوالب متفق عليها لكتابة التحقيق الصحفي بعد أن تطورت الأساليب الإبداعية في الكتابة الصحفية، فكل الخيارات مفتوحة أمام كاتب التحقيق من حيث التقديم والتأخير بدءاً من العنوان وحتى الخاتمة، إذ ليس هناك تحديد لعدد الحوارات التي على كاتب التحقيق إجراؤها، ولا للصور أو الوثائق الواجب إرفاقها، ولا لنوع الاستهلال الذي على الكاتب أن يبدأ به، فهناك من يفضل البدء بسرد قصصي أو مقدمة تلخيصية فيما يفضل آخرون البدء بمقدمة جذابة ومثيرة أو إحصائيات صادمة تنشر لأول مرة، أما بالنسبة لعدد كلمات التحقيق فهذا مرهون بطبيعة موضوع التحقيق وحجم المساحة التي تمنحها الصحيفة له.

خامساً: من الضروري أن يتميز كاتب التحقيق الجيد بالصبر والنشاط في جمع المعلومات، وأن يكون له إلمامٌ واسعٌ باللغة، وأن يكون ذا حس صحفي مرهف قادر على التقاط أبسط المؤشرات وأدقها، وأن تكون له خلفية بالتشريعات القانونية في بلاده، كي لا يعرّض نفسه للمساءلة القانونية، وأن يكون ذا روح اجتماعية، ورجل علاقات من الطراز الممتاز كي يستطيع التوغل في خرائط الموضوع والوصول إلى مصادر المعلومات، وفضلاً عن ذلك فإن على كاتب التحقيقات أن يكون ملما

ًبأصول الفنون الصحفية الأخرى، فالتحقيق الصحفي يتطلب مزج الكثير من هذه الفنون، كالحوار الصحفي والقصة الخبرية والتقرير والخبر والمؤتمر الصحفي وغيرها.

بناءً على المقدمات السابقة لخصائص التحقيق الصحفي يمكن تلخيص بعض ما تتمتع به التحقيقات التقليدية من سمات عامة، تتجلى فيما يلي:

1) التحقيقات الصحفية تتم عادةً على أساس أنها ينبغي أن ينتج عنها عمل ما، وأن تغييراً ما يجب أن يحدث لكن عادةً ما توجد استثناءات لهذه القاعدة.

2) التحقيقات الصحفية عادةً ما تشغل مساحة كبيرة وتستغرق وقتاً طويلاً للإعداد لها، كما تستغرق وقتاً في كتابتها، لأنه ينظر إليها على أنها ذات أهمية مختلفة عن العمل الصحفي الروتيني.

3) التحقيقات الصحفية تتطلب دائماً وفي الغالب موارد مالية.

4) التحقيقات الصحفية تكتب في كثير من الأحيان ليس بقصد كتابة تقرير واقعي عن موضوع ما، لكن كاتبها يضع في ذهنه أن ثمة حاجة إلى تغيير ينبغي أن يحدث وإلى إصلاحات يجب أن تمتد إليها يد الإصلاح، ومن ثم فإن إدارة المؤسسة ورئيس تحريرها والمحررين ينبغي أن يكونوا متفقين على إنفاق الوقت وتخصيص المال اللازم لمثل هذه التحقيقات قبل البدء فيها .

5) التحقيقات الصحفية تتضمن عادةً معالجة خاصة تجعل مادة التحقيق جذابة بصفة خاصة.

6) يتم توجيه قدر أكبر من الاهتمام عادة بتزويد التحقيقات الصحفية بالصور الجيدة والرسومات البيانية والتخطيطية، والخرائط والجداول.

7) تسند كتابة التحقيقات عادة إلى أكثر المحررين والصحفيين خبرة، إذ أنها تعد من أصعب أنماط الكتابة الصحفية.

خامساً: أنواع التحقيقات كنوع صحفي مستقل

واستناداً إلى هذا التوجه القديم للتحقيق يمكن ذكر أهم أنواع التحقيق التقليدي وفق التالي:

يقسم البعض التحقيق حسب حجمه أو حسب نوعه كالتحقيق السردي القائم على الكلمة أو التحقيق المصور، وعليه يوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ. التحقيق الصحفي المفصل: أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية)، وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع

جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع.

ب. التحقيق الصحفي المصور: هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول (تلوث بصري بسبب نشر الغسيل على شرفات المنازل..) صور وتعلق عليها.

بدوره يقسم محمود أدهم التحقيق الصحفي إلى نوعين أساسيين، هما:



- التحقيق الصحفي الخاص أو المتخصص والذي يتناول مادة نوعية كالتحقيق السياسي والعسكري والعلمي والاقتصادي، وعادةً ما يتوجه إلى نوعية محددة من الجمهور.
- التحقيق الصحفي العام: وهو المجال الأول لنشاط المحررين، ويتوجه إلى مختلف أشكال الجمهور.

إضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

أ. تحقيق الخلفية: وهو تحقيق يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، فهو تحقيق يبحث عما وراء الخبر.

ب. تحقيق البحث أو التحري: المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسؤوليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة.

ج. تحقيق الاستعلام: يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

د. تحقيق التوقع: وهذا النوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

هـ. تحقيق الهروب: وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

و. التحقيقات المتخصصة: وهي تلك التحقيقات المرتبطة بالأنشطة المختلفة داخل المؤسسات والهيئات الرسمية أو غير الرسمية، كالأنشطة العلمية في الجامعات ومراكز البحوث والاكتشافات العلمية والبورصات وارتفاع أسعار العملات.

في حين يعدد فاروق أبو زيد أنواع التحقيق الصحفي كالتالي:

- تحقيق المناسبات: من النوع الموسمي، لارتباط موضوعه بمناسبات دينية أو وطنية أو علمية أو أدبية، معينة تتكرر سنوياً، كأعياد الربيع والمولد النبوي، ودخول المدارس، ويوم الشرطة.
- تحقيق التحري: يشبه إلى حد كبير تحقيقات الشرطة والمباحث عند كشف ملابسات جريمة أو حادث غامض، بغية الكشف عن الحقائق المجهولة للجمهور، كالكشف عن انحرافات بعض سياسيي الحكومة أو الاستيلاء على أموال البنوك أو نهب المنح الخارجية.
- تحقيق الشخصيات (البروفايل): حول شخص هام أو مشهور أو معروف ومثير لاهتمام الجمهور، يتناول جوانب حياته، وتسليط الضوء على إنجازاته ونشاطاته، خاصة حين يحقق إنجازاً جديداً، أو يموت أو يفعل ما يستحق الإشارة إليه.
- التحقيق المشوق: وهو يقدم تحقيقاً عن موضوع شيق جذاب (يحمل بعض الطرافة).
- تحقيق الرحلات: ويتناول تحقيق مناطق وعادات معينة لأهلها؛ حيث يصحب الجمهور في رحلة لاستكشاف عوالم المنطقة أو المدينة وكيف يمكن التمتع بزياراتها، كرحلة اكتشاف منابع النيل لستانلي دنيس وبرامج الرحلات (كل يوم في مكان).

سادساً: وظائف التحقيق وفق مدرسة الأنواع الصحفية



تشرين

«إيد بإيد... بنكسيهم عالعيد»

مشروع لإكساء أطفال الفقراء والأيتام

الصباح

التفاصيل الكاملة لمقتل بطل «الكيك بوكسينغ» على يدي صديقه

الطريق تحصد 10 أرواح في يوم واحد.. 5 منهم من عائلة واحدة

النادي الصفاقسي يقرر سحب الثقة من المكتب الجامعي

التونسيات الأكثر تعنيفاً للرجال عربياً!

مهلة بأسبوع للحكومة لإنجاز كل طلبات المحتجين

هجوم من نار وتأمل باقتدار

تتلخص وظائف "التحقيق التقليدي" وفق هذه المدرسة كالتالي:

- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين الجمهور.
- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعاده الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته، والبحث عن حلول لها.
- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.
- الإعلان: أحياناً يشيد التحقيق الصحفي بمشروع معين، ليسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

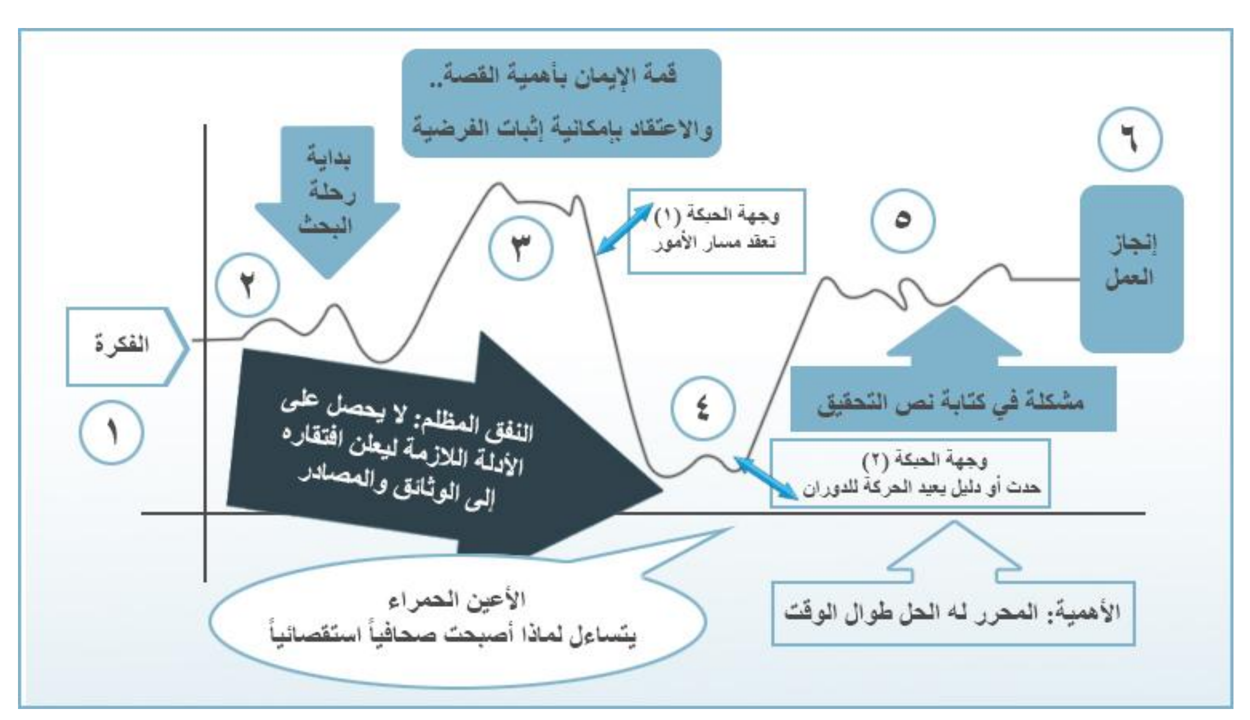
سابعاً: مراحل إعداد التحقيق وخطوات إعداده التقنية والبصرية:



تتعدد التنظيرات وتتنوع حول مراحل إعداد التحقيق التليفزيوني وخطوات إنجازه، ابتداءً من نقطة الانطلاق، وصولاً إلى ما بعد النشر أو البث، وتعقب رجع الصدى، لكن هذا التنوع لا يلغي التقاء الآراء حول أساسيات السير بالتقصي، والمحطات التي يجب أن يمر بها الصحفي، وصولاً إلى مبتغاه، ومن هنا يمكن تحديد أهم خطوات إنجاز التحقيق التليفزيوني بما يلي:

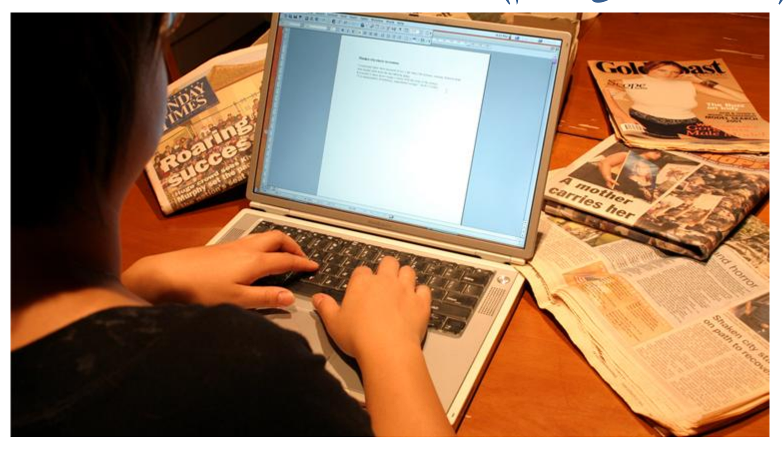
أ. نقطة الانطلاق:

لعل ما لا يوجد خلاف عليه هو (لحظة الصفر) أو ما يسمى باختيار موضوع التحقيق، الذي سنلخص وجهات النظر حوله، قبل إلقاء الضوء على وجهات النظر المتعددة، والكثيرة حول مراحل التحقيق، وقبلها تجدر الإشارة إلى **مسار مزاج المحقق في إدارة عمله** The Path of The Investigator’s Mood؛ حيث تمر بعد تحديد الفكرة، ببداية رحلة البحث، وحينها يرتفع المزاج إلى أعلى مستوياته فيما يدعى بقمة الإيمان بأهمية القصة والاعتقاد بإمكانية إثبات فرضيتها، ليدخل بعد ذلك إثر التعمق بوجهة الحبكة (1)، بمرحلة النفق المظلم مع تشتت الأمور وتشابكها وتعقدها؛ حيث لا يحصل على الأدلة اللازمة، ومع إعلان افتقاره إلى الوثائق يشكك بقيمة عمله سائلاً نفسه لماذا أصبحت صحفياً في قسم التحقيقات أليس من الأسهل أن أكون تقليدياً كالآخرين فأذهب إلى بيتي مرتاحاً ومعي ما يتحصل عليه الآخرون دون الحاجة لكل هذا التعب، ومع حدث أو إيجاد دليل أو وثيقة تغير وجهة مسار الحبكة (2) لتعيد العجلة إلى الدوران والتقصي للاستمرار، ليصل إلى نتائج ربما لا تكون بمستوى الطموح (قمة الإيمان) لكنها تبقى مرضية، ومع بدء التحرير تظهر بعض المشاكل في كتابة النص، قبل أن تنتهي بإنجاز العمل، مع وجوب بعدها إتباع خطوات ضمان الجودة، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



The Path of The Investigitator's Mood مسار مزاج المحقق في إدارة عمله

ب. اختيار موضوع التحقيق (الخطوة الأولى الأهم):



إنها (نقطة الصفر) التي تحدد انطلاق معركة الصحفي مع رحلة محاولة اكتشاف الحقيقة، وبالتالي فإن بوصلة الانطلاق من يحدد سير العمليات الاستكشافية التحقيقية، ومدى استحقاق المعركة لما يبذله الصحفي من أجلها، واستناداً إلى ذلك يرجع "شون .ت . شيفر " المرحلة الأولى من التحقيق قبل صياغة الفرضية إلى ما يدعوه "**بالتشمم**" فإذا قرر الصحفي أن موضوعاً ما انبعث منه رائحة غريبة، فعندها يمكن البدء بالبحث عن خلفياته، وحينها يتوجب المباشرة بفحص التحقيقات الأخرى التي أجريت على هذا الموضوع سواء في مكان الرائحة، أو في أماكن أخرى مشابهة، مع إمكانية إجراء مقابلة أو اثنتين بشأن الموضوع بهدف زيادة تفهمه، أو تعديل الهدف من إعداد هذا التحقيق، وعند استكمال المعلومات الخاصة بخلفيات الموضوع يصبح الصحفي مستعداً لتحقيق النتيجة المتوقعة من التحري، وبالتالي صياغة الفرضية حوله، وبعدها تبدأ إعداد خطة العمل المتوقع حتى لا يحيد التحقيق عن الطريق الصحيح، ومن ثم تحديد العناصر التي تمكن من اتخاذ القرار، إما بالاستمرار في التحري أو ترك الموضوع برمته، وهذه الخطة يجب أن تتضمن

موضوعاً رئيساً، وقائمة بالموضوعات الفرعية، ذات الصلة بها، كما يجب أن تتضمن بعض المقترحات بشأن الوسائل التوضيحية للموضوع، مثل الصور والرسومات البيانية، كما يجب تحديد إطار زمني للانتهاء من العمل، وأخذ موافقة رئيس التحرير بالمدة، مع مراعاة أن كثير من التحريات تخضع لما يسمى "**بعملية التحول**" فلا شيء مؤكد عند بدء التحريات، فمن يستطيع التنبؤ بنتائج التحريات قبل البدء بها فلا حاجة للقيام بها أصلاً، وعلى أساس ذلك لابد أن يكون لدى الصحفي ما يدعى "**بقرون استشعار عن بعد**"، للوصول إلى المواضيع المهمة غير العادية، والمتحصل عليها من المصادر المختلفة، التي تكون أول خطوة للانطلاق بالتحقيق.

لنطاق الاجتماعي والجغرافي لتحديد موضوع التحقيق:

إن اختيار قضية التحقيق حولها يتطلب رصد وفهم عام لكل متعلقات الشؤون الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والعامة، أي الثقافة الموسوعية لكل متعلقات التغيير، ليس فقط في الجانب المعلوماتي، بل والقدرة على ربط الأحداث، واستنباط مجاوراتها من الظواهر، ثم تحديد القضية أو الموضوع أو الظاهرة، **فالمادة موجودة في كل مكان، والمشكلة في رؤيتها**، وذلك لاعتبار أن المنابع الخاصة بالموضوعات الصالحة للتحقيقات لا حدود لها، إذ أن كل ما هو وارد في مواقع عامة أو خاصة ذات علاقة بمصالح الناس ومستقبل البلاد، والمؤسسات، مؤهلة للمساءلة، فثمة مناهل عدة يقتضي الولوج إليها تسلسلياً للوصول إلى تحديد الموضوع، الذي يوجد (في):

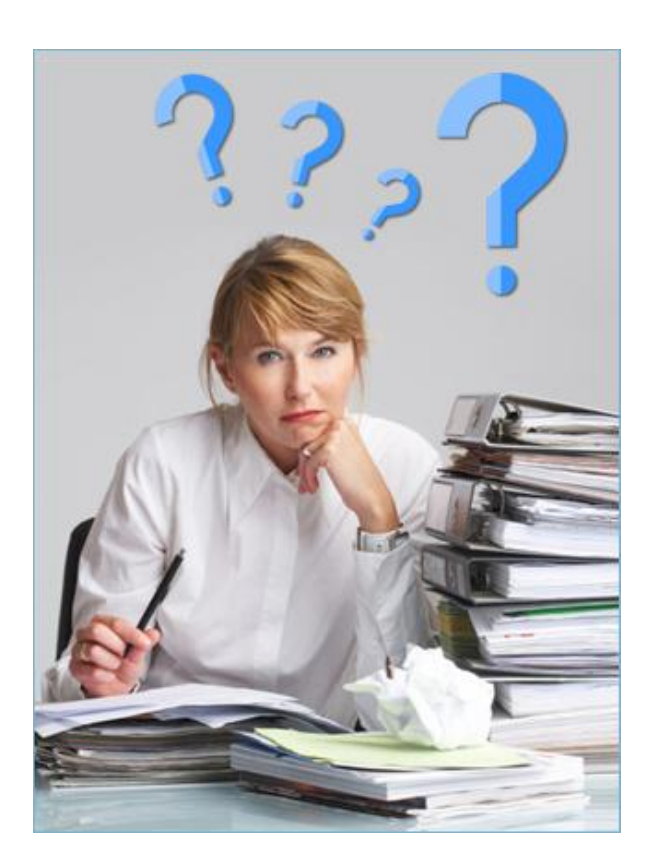
- **في:** (مراقبة وسائل الإعلام) لتبيان الموضوع الذي ينتظر الجمهور أن يكون عملاً صحفياً موسعاً ومتعمقاً وشفافاً يلقي الأضواء الكاشفة على الموضوع نفسه، **فتدرك بذلك متى يحدث أمر غير عادي يستحق التحقيق** فالمادة الإعلامية الآنية هي الينبوع الذي تغرف منه موضوعات التحقيقات.
- **في:** (انتباهك لما يتغير في بيتك) فدائماً عليك أن لا تعتبر التغيير أمراً عادياً.
- **في:** (الاستماع إلى شكاوي الناس) ففي كل مكان يجتمع الناس فيه ستسمع أشياء غريبة أو صادمة أو مدهشة، ولهذا فمراجعة ما يتهامس به الناس أو يقولونه جهاراً، ولا تضيء عليه وسائل الإعلام إضاءة كافية، ينبوع آخر للموضوعات.
- **في:** (التركيز على محيطك)، وذلك عبر تحسس الموضوعات التي قد تثير تساؤلات عند الرأي العام، على أن يختار منها بالتسلسل الأكثر آنية واستعجالاً، وما هو حديث الساعة، فمثلاً نجح الإعلامي البلجيكي "كريس دو ستوب Chris de stoop" بإجراء تحقيق معلّم حول الاتجار بالنساء، فقط لأنه لاحظ أن العاهرات البلجيكيات في حي عبره وهو في طريقه إلى عمله قد أفسح المجال لعاهرات أجنبيات، فتساءل لماذا؟

- لا يهم البحث في الأفعال السيئة فقط، فقد تقدم خدمة قيمة لدى تحديد عناصر النجاح المتكررة أو "فضلى الممارسات"، وما يعيق الوصول إليها.

والنتيجة: **(لا يوجد تحقيق صغير أو كبير، بل يوجد صحفي صغير وآخر كبير).**

تساؤلات قبل انطلاق التحقيق:





- لماذا هذه القضية دون غيرها من القضايا؟
- ماذا سأضيف في عملي لهذا الموضوع؟
- من المستفيد؟
- من المتضرر؟
- هل هناك قاعدة معلومات أو بيانات؟ وكيف سأصل إلى الحقائق وبأي طريقة؟
- هل التناول يثير إشكالية قضائية؟
- من هم الخبراء المساعدون؟
- هل أنا مستعد للإجابة والتبرير والإثبات بوثائق وأسانيد كافية ومنعة؟
- هل تثير القضية الرأي العام إيجابياً؟ وكم ستتكلف مؤسستي مادياً؟
- كم من الوقت ستستغرق عملية التحقيق والكشف وربط الأحداث والتحرير؟
- بأي شكل تحريري سأتناول الموضوع؟

مذهب "الرجل المكسورة" لتحديد موضوع التحقيق:

يطرح "مارك هنتر" عضو مجلس إدارة شبكة أريج للصحافة الاستقصائية العربية وأستاذ الصحافة في جامعة أنسياد الفرنسية، ضمن كتاب "أريج.. على درب الحقيقة" مبدأ "**اتبع مشاعرك**" لتحديد موضوع التحقيق، ولهذا المبدأ بعدان:

- البعد الأول: ما يدعى "**عقدة الرِجل المكسورة**"، بمعنى لا يلحظ أحدنا كم من الناس يعرجون إلى أن يتعرض لكسر في ساقه، وبشكل عام، نحن لا نلحظ الظواهر إلا إذا كنا حساسين تجاهها فعلاً، يبدو أن أي أحد آخر يأخذها على محمل الجد، وفقط دقق بالنظر لتعلم عدد أصحاب الأرجل المكسورة، الذين لم تكن تلاحظهم قبل تركيز التدقيق، إنهم كالأخطاء المحيطة بالمجتمع التي يتبين بالتدقيق ضخامة حجمها.

- البعد الثاني: إن لم تدهشك قصة تغضبك أو تمنحك رغبة عارمة لرؤية شيء يتغير، يجب عليك أن لا تحاول استقصاءها، لأنك لن تنجح، فقط اقترح القصة على غيرك ممن قد تعنيه الفكرة أكثر منك.

ويضيف "هنتر" نصائح أخرى للصحفيين ورؤساء التحرير الذين يرأسون فرقاً، أو وحدات للتحقيق قائلاً: «علينا أن نسأل الصحفي ثلاث أسئلة قبل الموافقة على تحقيقه»:

1. كم تقدر ميزانية عملك؟
2. متى تتوقع الانتهاء من عملك؟
3. ما المردود الذي ستجنيه المؤسسة التي تعمل لها من هذا التحقيق، وهل ستزداد نسبة الإعلان وهل سيضيف التحقيق شركاء جدد للمؤسسة؟

من جهته يرى "جون أولمان" أن الأفكار العظيمة للتحقيقات الصحفية تأتي من أحد مصدرين، فأحياناً من رؤساء التحرير، ومعدل النجاح هنا يكون واحد في المائة، أما باقي 99% تأتي من المحررين الصحفيين أنفسهم، فإذا كان اختيار الموضوع وتحديد الهدف موحى أو موصى بهما، من رئاسة التحرير أو من إدارة المؤسسة الصحفية، عندئذٍ فوظيفة المحقق في هذه المرحلة الانطلاق مباشرة إلى إعداد ملف موضوعه.

مذهب توليد الأفكار لاستنباط موضوع التحقيق:

يقدم "أولمان" تجربته كرئيس تحرير مع توليد الأفكار استنباطاً لفكرة تحقيق ناجح، تقوم على:

- لا أسأل من لديه أفكاراً عن تحقيق صحفي، فالمحررون الذين لا يعملون في تحقيق متعمق، نادراً ما يكون لديهم" فكرة تحقيق"، رغم أنه قد يكون لديهم الكثير من الأفكار حول التحقيقات التي تنشرها الصحيفة بالفعل، وجميعها أفكار انتقادية سلبية، بل أسأل "هل يستحق هذا العمل جهد ثلاثة أشهر؟" أو " لقد كنت أعرف ذلك.. كل الناس يعرفون ذلك إلا أنتم".
- أنصح بمراجعة الكتيب الدوري المعروف باسم المحررون ورؤساء التحرير المسؤولون عن التحقيقات الصحفية المتميزة Investigative Reporters and Editors (IRE)
- أنصح باستخدام قواعد البيانات في البحث أيضاً.
- ما تجد فيه متعة نسميه الذهاب إلى المكتبة.
- أحياناً يكون أفضل قرار هو الاعتراف أن فكرة التحقيق ليست جيدة والتوقف فوراً عن العمل فيها.

- إنني أسعى دائماً إلى الحصول من المحررين على إجابة عن سؤالين، هما من أفضل الأساليب لتركيز الضوء على الأشياء وغالباً ما تؤدي الإجابة على هذين السؤالين إلى الاعتراف بأنه "لا يصلح":

1-هل كانوا سيقرؤون التحقيق حتى لو لم يضعوا له العناوين الفرعية؟

2-إذا سار كل شيء على ما يرام بالنسبة لهم، فما أقوى مقدمة سيضعونها للموضوع؟

مذهب الشبكة العربية الاستقصائية لتحديد موضوع التحقيق:



تحدد "رنا الصباغ" المديرة التنفيذية لشبكة الصحافة الاستقصائية العربية "أريج" خطوات بداية العمل التحقيقي، وفق التالي:

- ما القصة التي تود بحثها (الفرضية)؟
- لخص القصة بثلاثة أسطر تمهيداً لفحصها؛ إما تأكيداً أو نفياً.
- ثم قطّع القصة الى محاور.
- ابحث عن المعلومات المتاحة تمهيداً لكشف السر.
- ابحث عن ماذا حصل للناس، وفي أي مكان وكيف.
- احصل على الوثائق الداعمة لكل ما حصل.
- حدّد الفترة الزمنية التي حدث فيها التغيير.
- ابحث عن السبب والمتسبب.
- يتوجب أن تكون القصة المحقق حولها تحقق العنصرين التاليين:

– يجب أن يكون محور القصة من الأهمية للفت نظر المشاهد والقارئ والمستمع، ولإقناع الناشر أو رئيس التحرير، بأن يمضي قدماً في تخصيص موارد مالية وفنية لإكمال المشروع.

– ابحث عن شيء جديد قائم على بحث أولي، وقابل لأن يكون سبقاً، ويؤدي الى تأكيد الحقيقة.

مذهب المركز الدولي للصحفيين لتحديد موضوع التحقيق:

وتأكيداً لأهمية بوصلة الخطوة الأولى يقدم المركز الدولي للصحفيين ICFJ Anywhere عشرة نصائح سريعة للمساعدة بالبدء كصحفي تحقيقات، انطلاقاً من أن التحقيقات تكشف حقائق جديدة بناء على العمل والبحث الذي يقوم به الصحفي، وتتلخص هذه النصائح في:



1) أَجرِ بعض البحث الأولي قبل البدء بالتحقيق أو حتى استشر محررك.
2) تعرف إلى القوانين بحيث: أ) لا تخرق القوانين، ب) تعرف كيفية استخدامها لصالحك.
3) ادعم تحقيقك بالوثائق عندما يكون ذلك ممكناً، وفكر في الوثائق التي تحتاج إليها، وكيف يمكنك الحصول عليها؟
4) لا تتسرع في إجراء المقابلات، بل احصل على أكبر قدر من المعلومات أولاً، حتى تتمكن من طرح أسئلة ذكية عندما تجري المقابلة، وتكون قادراً على تحدي الإجابات المراوغة.
5) حقق في كل النقاط من الوثائق للمعلومات التي حصلت عليها من خلال المصادر.
6) تجنب التحقيقات السرية إلا عند الضرورة القصوى.
7) دائماً امنح من تقابله فرصة عادلة للرد.
8) لا تتشبث بقصتك في مواجهة أدلة تثبت عكسها، وإن وجدت أن افتراضاتك خاطئة، كن مستعداً لتغيير قصتك.
9) ابقَ على اتصال مع مصادرك بشكل منتظم.
10) تابع القصص.

مذهب الصحافة الاستقصائية الإفريقية لتحديد موضوع التحقيق:



يشير موقع "الصحافة الاستقصائية الإفريقية" إلى ست طرق تقريباً لإيجاد الأفكار المطلوبة والمناسبة للتحقيق، وهي:

1) الاعتماد على التجربة الخاصة للصحفي، أي على تجارب سابقة له في العمل على بعض المواضيع، حيث يمكن أن يعود إليها لإخراج أفكار للتحقيقات.
2) تجربة الأصدقاء الذين يعملون في بعض الوظائف التي تتيح إمكانية البحث، مثلاً رجل شرطة.
3) المعتقدات الشائعة وشكوك المواطنين في بعض الظواهر.
4) الجرائد والصحف والمجلات المحلية الخاصة بالمدن.
5) تتبع جوانب من قصص لم تظهر بالشكل الكافي والوافي للمتابع.
6) التحقق من المعلومات العامة التي تنشر، والتشكيك بطروحاتها، وطرح الأسئلة حولها، إذ يمكن لخبر بسيط يظهر في جريدة أن يتحوّل إلى مشروع تحقيق بالنسبة للصحفي.

ولعل من التجارب الملفتة للنظر التي تدل على أهمية الجمهور في اختيار موضوع التقصي تجربة شبكة "إن بي سي نيوز"، التي تفتح الباب أمام الجمهور من أجل أن يقدّم لها أفكاراً تصلح للتحقيقات، فبعد أن تعرض أعمال أحد صحفييها الحائز على جائزة بوليتزر للصحافة، تطلب من جمهورها في نهاية الصفحة أن يراسلوا الصحفي بأفكار يحوّلها إلى تحقيقات مثيرة.



وعليه تشرح الصحفية الأمريكية "لوسنيدا. س فليسون"، في كتابها: "عشر خطوات كي تصبح صحفي تحقيقات"، أنه خلال العقود الأخيرة، تركّز السؤال الأكبر في إيجاد أفكار تصلح لتحقيقات، في طرح "كيف؟"، مقدّمة مجموعة من الأمثلة التي حققت لأصحابها تحقيقات في المستوى، ومن أمثلتها: كيف بنت الصناعة النوّوية مراكزها دون أن تعلم أين ستفرّغ مخلفاتها؟ كيف قررت أسرة أن تقطع الكهرباء عن الآليات التي كانت تسمح لعجوز من العائلة نفسها الاستمرار في الحياة داخل المستشفى؟ كيف هاجمت كلاب من الشرطة مجموعة من الأشخاص الذين ارتكبوا مخالفات صغيرة؟ كيف تبرّر مؤسسة تعليمية خاصة بأنها لا تملك المال لتشغيل الحواسيب بينما يستثمر مدراؤها الملايين في منجم للفحم؟ كيف تخرج المستشفيات المرضى النفسيين دون ضمانات بالسكن وتتركهم في الشارع؟

مذاهب تحديد موضوع التحقيق التي فرضتها التجارب الميدانية:

يقول "أحمد مدياني/ الفائز بجائزة الصحافة العربية عن فئة الصحافة الإنسانية" لشبكة الصحفيين الدوليين: "التميز يعني حرص البحث عن مواضيع لم يسبق أن عولجت، أو البحث عن زاويا معالجة مختلفة، وللتأكد من ذلك انقر عنوان أو موضوع التحقيق الذي تود معالجته على محرك البحث "جوجل"، كي تتأكد أنه لم يسبق فعلاً أن نوقش، كي لا تقع في التكرار أو اللبس عند الجمهور بعد صدور المادة".

وحول الشروع بالتحقيق الأول، يقول "عمرو العراقي" يجب وضع خطة للعمل، لأن التقصيّ وراء الحقيقة قد يستغرق وقتاً طويلاً، ولضمان السير على النهج السليم، يتوجب اتباع الخطوات التالية:

- فكّر خارج الصندوق، وابتعد عن التابوهات، فليس من الصواب أن تكتفي بالتفكير عند اختيارك لتحقيقك الأول، بتناول مشكلة مثل التحرش الجنسي، أو عمالة الأطفال، أو التسرّب من التعليم، أو غيرها من الظواهر الاجتماعية، لأنه من كثرة تناول هذه المواضيع دون التركيز على زاوية محددة أو محاولة كشف علاقتها بمتغيرات أخرى جعل منها "تابوهات" صحفية صالحة لتحقيق صحفي عادي صغير مثير للاهتمام (ينتمي للصحافة التقليدية وليس الاستقصائية).

- **ابحث داخل الظاهرة على ما هو غير ظاهر، فحين** تجد أنه لا مفر من تناول ظاهرة اجتماعية نظراً لتفاقمها وتأثيرها على المجتمع، حاول البحث داخل الظاهرة عن زاوية جديدة للكشف عنها، فمثلاً إذا اخترت أن تبدأ بالتقصي عن "التحرش الجنسي في أماكن العمل" فلا تكتفي بمناقشة القضية في المطلق واربطها كمثال "بالحالة النفسية للموظفات، أو نسبة ولائهن للمؤسسة، أو رغبتهن في ترك العمل"!
- **تتبع السلطة والمال لتصل إلى الفساد،** لأن أسهل الطرق للتحقيق وكشف الحقائق هو تتبع السلطة والمال، كون العلاقة بينهما وطيدة وسيئة السمعة في آنٍ معاً، وقد يشكل الوصول لأحد المدراء في الشركة أقصر طريق للتأكد من صحة فرضية تحقيقك، تلك المرتبطة بفساد الأداء داخل شركة ما، أو الحصول على ميزانية الشركة لسلسلة زمنية طويلة ومتلاحقة، هو الطريق المختصر لكشف الغموض عن أسباب تراجع الوضع المالي للشركة.
- **كن ملماً و**على اطلاع جيد بالقوانين كافة المتعلقة بتحقيقك، لأنك قد تكون فريسة سهلة لخصمك الذي كشفت الستار عنه في التحقيق، فمثلاً إذا قمت بتسجيل اعتراف لطفلة تعرضت لحادثة زنا من أحد أفراد أسرتها، وكان تحقيقك عن "زنا المحارم" يجدر بك التأكد من أنك في بلد لا يحاسب القانون فيه الصحفيين إذا ما نشروا تصريحات لقاصرين دون موافقة أولياء أمورهم.
- **سلامتك تحظى بالأولوية:** يختلف التحقيق الصحفي عن أنماط العمل الصحفي كافة، بأنه الأكثر مغامرة والأعلى مخاطرة، لذا لا تكن مندفعاً نحو المعلومة بالشكل الذي قد يعرّض حياتك للخطر، وحاول قدر الإمكان الالتزام بقواعد السلامة المهنية، وتذكر أن حياة الصحفي أهم من السبق الذي قد يصل إليه.
- **ابدأ بالمصادر المعلنة، حيث** يظن البعض من الوهلة الأولى أن الطريق للوصول إلى المعلومات والبيانات صعب جداً، لذا يلجأ بعض الصحفيين إلى طرق صعبة عوضاً عن اتخاذ الطرق السهلة والموفرة للوقت، فعلى سبيل المثال، يمكن للصحفي مراجعة صندوق الشكاوى في المستشفى إذا ما أراد معرفة بعض المعلومات حول سوء الخدمة الطبية التي يقدّمها الأطباء هناك.
- **احمِ مصادرك، و**لا تجعلها معرضة للخطر مقابل حصولك على المعلومة، فمثلاً إذا كان مصدرك أحد الموظفين في شركة، وسينقل لك تسريبات عن فساد الإدارة، فلا تراسله عبر بريد الشركة الإلكتروني، ولا تحاول الاتصال به على هاتف الشركة، وإذا طلب منك المصدر حماية خصوصيته فعليك أن تعرض عليه التسجيل الصوتي فقط، أو تقوم بتصوير لقاء بطريقة تضمن صعوبة التعرف على شخصيته.

- **لا تصف المصادر بالضحايا، فمن** الأفضل مهنياً عدم فعل ذلك، ويكفي وصفهم بالمصادر، كي لا تنحاز لهم، وتخرج عن سياق الحياد دون عمد، وتذكر دائما أنك مندوب عن القارئ لكشف الحقيقة.
- **السرد القصصي أفضل أشكال السرد، فكيف** يمكن للقارئ أن ينجذب لقراءة تحقيق تزيد عدد كلماته عن 2000 كلمة دون أن يكون هناك عنصر جذب؟ حاول قدر الإمكان العمل على "أنسنة" القضية وإظهار مدى تأثيرها على حياة الناس، ورغم اعتبار القصص الإنسانية أحد عناصر الجذب في التحقيق لكنها غير كافية، إلا إذا ما وضعناها في سياقها القصصي، لذا حاول دائماً استخدام الجمل الأدبية الرشيقة التي تجسد المشهد.
- **الوسائط المتعدّدة تقرّب الرؤية وتكسر الملل، فلا** ينبغي أن يقتصر التحقيق على النص المكتوب فقط ومن الأفضل أن تستخدم الصور واللقاءات المصوّرة، التى تروي القصة بطريقة شيقة فتجعلها أقرب للقارئ، كما ننصح بتحويل الأرقام والبيانات المعقدة إلى رسم بياني توضيحي أو "إنفوجرافيك" عوضاً عن تضمينها في النص المكتوب.

مذهب فوربيس "Forbes" لتحديد موضوع التحقيق:



لم يخرج "فوربيس" "Forbes" في آلية البحث والتنقيب التي وضعها، لوصول صحفي التحقيقات الى مبتغاه وهدفه، عما سبق؛ حيث حددها بعدد من الأسئلة والخطوات، تسهم بنجاح التقصي، وهي:

- ما الموضوع الرئيسي والتركيز عليه ومعرفة الهدف منه.
- وضع فرضيات معينة والانطلاق منها في عملية البحث والتنقيب.

النظر ومعرفة القيم الأساسية.

- ما الأدلة التي تختبر صحة الفرضيات.
- ما الطرق أو الآلية التي سوف يستخدمها الصحفي في التحقيق.
- تحليل الأدلة ودراستها.
- ما العقبات التي تحول دون نشر القضية.
- ما الطريقة المثلى لإيصال هذه المعلومات إلى الجمهور.

ج. مراحل نجاح التحقيق وخطواته:

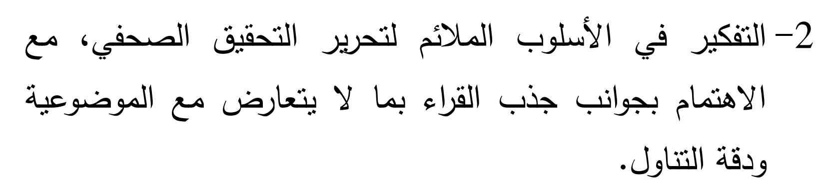
يتطلب الإعداد والتخطيط للتحقيق الصحفي كأحد العناصر الأساسية في نجاحه، الآتي:





1- تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق الصحفي.





2- التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق الصحفي، مع الاهتمام بجوانب جذب القراء بما لا يتعارض مع الموضوعية ودقة التناول.



3- ختيار المحرر أو مجموعة المحررين لتنفيذ وتحرير التحقيق الصحفي.



4- تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق حتى يتم نشره.

5- الإفادة من الإمكانات المتاحة كافة للوسيلة من صور ورسوم وأرشيف ومكتبات حتى يخرج التحقيق الصحفي بشكل متكامل.

د. مراحل وخطوات التحقيق التطبيقية:

عكس الخطوة الأولى في إعداد التحقيق (تحديد الموضوع المحقق حوله)، التي لا خلاف حولها، تتعدد الرؤى وتتنوع حول الخطوات التطبيقية لإنجاز التحقيق، وإن كانت جميعها تسير في اتجاه واحد، وخطوطها شبه موحدة ومتشابكة، نهايتها الوصول إلى النشر أو البث، لتحقيق الأثر المنشود، وعليه سنعرض لمجموعة آراء تشمل خطوات التحقيق، عبر وجهات نظر متعددة، يمكن للمتدرب إتباع ما يناسبه منها.

وللمقارنة يرتبط نموذج "هيكلة التحقيق التقليدي"، بتحديد حدود الموضوع، وهدف التحقيق، ومن ثم سياسة الوسيلة الناشرة للتحقيق، قبل الدخول في تحرير (عناوين التحقيق الرئيسة والفرعية، فالمقدمة ونوعها التحريري، ثم الجسم عبر ترتيب الأبعاد أو الجوانب وفق الأهمية، مع اقتراح عناوين فرعية تتناسب مع كل جانب أو محور، وصولاً إلى الخاتمة، التي عادة تتضمن تلخيصاً لنتيجة التحقيق).



بالمقابل فإن عرض مراحل إعداد التحقيق (المعاصر) لا بد أن ينطلق من تنظير "فليسون، Fleeson" الذي يحدد خطوات للباحث المحقق من أجل السير عليها إذا أراد أن ينجح في بحثه، والسبب أنه ينطلق فيها من مرحلة (ما قبل الصفر، أي مرحلة تعلم فن التقصي)، وذلك عبر الخطوات التالية:

1. الخطوة الأولى: الراية الكاملة بصحافة التحقيقات وكيفية العمل من خلالها.
2. الخطوة الثانية: استغلال ما توفره المؤسسة الصحفية من إمكانيات ودعم، لعدم البدء من الصفر.
3. الخطوة الثالثة: بناء قاعدة واسعة من المصادر.
4. الخطوة الرابعة: الثقافة الخاصة بموضوع التحقيق إلى جانب الثقافة العامة كصحفي.
5. الخطوة الخامسة: البحث عن الوثائق، فهناك دائماً الكثير مما يمكون الوصول إليه.
6. الخطوة السادسة: تقمص دور المراقب والخروج من المكتب والملاحظة.
7. الخطوة السابعة: القدرة على التقييم والتقدير واتخاذ القرارات.
8. الخطوة الثامنة: التحقيق وجمع المعلومات والتأكد من صدقها ودقتها.
9. الخطوة التاسعة: ترتيب المواد التي تم جمعها وجدولتها وتنظيمها.
10. الخطوة العاشرة: النشر بطريقة جيدة ومتسلسلة ومناسبة للجمهور.

خطوات التحقيق حسب "مارك هنتر" في "على درب الحقيقة":

لعل أدق مراحل التحقيق وأكثرها إفادة للعمل التنفيذي، تلك التي حددها "مارك هنتر" وأستاذ الصحافة في جامعة أنسياد الفرنسية في دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية (على درب الحقيقة)؛ حيث وضع طريقاً مضاء الملامح ينطلق كالتالي:

1- اكتشاف موضوع.
2- بلورة فكرة التحقيق.
3- طرح فرضية حول الموضوع للتحقق حولها، فاستخدام الفرضيات جوهر الأسلوب؛ حيث تطرح أسئلة محددة يجب الإجابة عنها، من خلال تقطيعها إلى محاور، أو أجزاء، ثم التثبت من كل واحد من تلك الادعاءات على حدى.
4- **البدء بالبحث عن مصادر مفتوحة (علنية) للتحقق من الفرضية،** ففي العالم المعاصر تكثر المصادر العلنية بما لانهاية لها، وتشمل المعلومات التي يسهل الوصول إليها بحرية مثل المقدمة عبر وسائل الإعلام والتقارير المتخصصة والمنشورات المؤسساتية.
5- **البحث عن مصادر بشرية تعزز المعارف حول الموضوع مثار التحقيق،** فالمعلومات الأكثر إثارة توجد عادة في ذاكرة الناس وعقولها، وهو ما يطلق عليه المصادر البشرية، ما يتطلب من الصحفي سؤال نفسه من أين نعثر على هؤلاء الناس؟ وكيف نجعلهم يقولون لنا ما يعرفونه؟ وبالتالي على الصحفي عدم التقليل من هذه المهارات، فليس كل صحفي يمتلكها، وعمل صحفي التحقيقات سوف يطور هذه المصادر إلى درجة عالية، بشرط عدم إساءة استخدامها.
6- **تنظيم المعلومات أثناء جمعها، كي يكون سهلاً تفحصها، ومن ثم تأليفها في قصة واحدة وتدقيقها،** حيث يتطور العمل التحقيقي إلى مادة أكثر تعقيداً من ما تنتجه الصحافة التقليدية، لذا يجب أن تكون هذه المادة منظمة بفاعلية، وعلى أسس مستمرة، فالعمل التنظيمي جزء من عملية منهجية للكتابة والنشر، ويساعد في التأكد من أن الصحفي يعرف أي نوع من التوثيق لديه، والمعلومات التي تضم الأصول، وأنه يعرف مكان أصل معين ويستطيع أن يجده بسهولة ويسر، ولهذه العملية جزآن: (الجزء الواضح أنه يبني قاعدة معلومات أو أرشيفاً يستطيع البحث فيه بسهولة، والجزء الثاني الأقل وضوحاً هو أنه خلال بناء قاعدة المعلومات يكون في طور بناء قصته وثقته بها)، ومن هنا **يتطلب تنظيم المعلومات** بناء قاعدة بيانات، تتضمن الوثائق بعد مراجعتها، ومنحها أرقاماً وعناوين، وترتيبها ضمن الملف، وتنسيقها، ونسخها كاحتياط، وربما ترميزها، وتشفيرها، وتأمينها، وحسب "دليل أريج التدريبي" يعني ذلك (بناء الملف الرئيسي، كمخزن معلومات متعدد الأقسام، يتضمن قاعدة البيانات المجمعة).

7- **وضع المعلومات في ترتيب سردي، تؤلف القصة،** وهو ما يعني كتابة موضوعات التحقيقات التي يختلف أسلوب تحريرها عن الكتابة الصحفية العادية، ففي هذه المرحلة تتطلب مهارات مختلفة عبر استخدام قواعد السرد الأكثر تعقيداً، ما يتطلب من الصحفي ألا يكون مملاً؛ إذ أن الإيقاع المبسط مفتاح كتابة التحقيقات، وتجنب خطر الشك، وعدم تلويث الاتهامات الجادة بأخرى تافهة، وبوجه عام يجب أن يلتزم العمل التحقيقي المحرر بثلاثة معايير أساسية هي: (التماسك، والتكامل، والحركة).

8- **مراقبة النوعية/ الجودة** للتأكد من أن القصة صحيحة.

9- **نشر القصة ودعمها والمدافعة عنها.**

خطوات التحقيق حسب المراحل المرحلية "لمينان كارتر":

واستناداً إلى طروحات "هنتر" المفيدة فعلياً، وبناءً على أرضية قواعدها نفسها تطرح Menan Khater خمس خطوات مرحلية تمكن من إنجاز وإعداد تقرير تحقيقي مميز، هي:

- **مرحلة البحث والجمع والتوثيق:** وفيها يدون المحرر ملاحظاته حول القضية، ويجري تحريات وافية في أكثر من اتجاه، كما يجمع أكبر قدر من المعلومات، فالمادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خلفية معلوماتية للتحقيق، وتساعدك كمحرر على بلورة فكرتك. ويمكنك الحصول على هذه المعلومات من عدة جهات منها: (أرشيف المعلومات الصحفية، والمكتبة، والإنترنت وغيرها)، ولذا تشمل هذه المرحلة البحث عن أدلة وشواهد كافية، وتحديد هوية الشهود والأطراف والأشخاص ذوي العلاقة، في محاولة الوصول إلى جهات وثيقة الاطلاع، والتقاء شخصيات ذات خبرة، وجمع كل المعلومات من وسائل الإعلام، والأرشيف الصحفي.
- **مرحلة الإعداد:** وتنطلق من ترتيب جميع المعلومات، وقراءة متأنية للمعلومات، وفحص الوثائق التي تم الحصول عليها، واستطلاع المكان أو الأمكنة المرتبطة بالموضوع، والتشاور مع القائمين على الوسيلة الإعلامية لأخذ موافقتهم على الموضوع.
- **مرحلة التهيئة:** وفيها ينظم المحرر إضبارة (الملف الأم) تتضمن كل المعلومات والمعطيات، ويحدد طبيعة المعلومات المحتاجة بدقة، كما يحدد بشكل نهائي الأطراف التي سيلتقيها، ويعد نوعين من الأسئلة في ضوء المعلومات التي يريدها ونوعية الأشخاص الذين يحاورهم (أسئلة أساسية، وأسئلة رديفة أو احتياطية).
- **مرحلة التحرك والتنفيذ:** إن هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة، وهنا يقف المحرر على الوقائع في مكان الحدث، ويعطي للمصور تعليماته حول طبيعة

الصور التي يريدها، ليبدأ باستجواب المعنيين وتسجيل الملاحظات، والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة، لذلك فإن هذه الخطوة تتطلب من المحقق أن يكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي، علماً أن المعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكن الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها، ليبدأ المحرر بعد الحصول على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم الشروع في كتابة التحقيق.

- **مرحلة التحرير:** وخلالها يضع المحرر مخططاً شاملاً للموضوع، يتكون من فقرات، ويقوم بتحديد فحوى كل فقرة وتركيبتها وحجمها؛ حيث تتألف الفقرة الواحدة من فكرة أو أكثر، وقد تحوي عبارات يضعها المحرر تمهيداً لما سيرد من معلومات، أما المعلومات والآراء والتعليقات التي ترد على لسان مصادر مطلعة، أو جهات مسؤولة، فتدرج عادة في الفقرة الأخيرة من التحقيق، بعد أن يستكمل حيثيات الموضوع وملابساته، وتقديم المعلومات بشكل متسلسل، وعدم حشر كل العناصر المهمة في البداية، إضافة لعدم زج الآراء المتوافقة في مكان واحد، وكذلك يجب على المحرر هنا صياغة مقدمة تبين أهمية الموضوع، أو تبرز أهم ما فيه أو تلخص وقائعه، ثم تحرير جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي تطرح الحل أو تلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق، ليضع في النهاية العناوين المناسبة، سواء (العنوان الرئيسي الواجب تضمينه إحدى أهم النقاط، ويفضل أن تكون نقطة واردة في فقرة متأخرة من التحقيق إن أمكن ذلك، إلى جانب وضع عناوين فرعية تشد القارئ، أو العناوين المساعدة وعناوين الفقرات).

خطوات التحقيق حسب دليل الصحفي للعالم الثالث:



حين تناول مراحل إعداد التحقيق وخطوات تنفيذه لا يمكن إلا الوقوف على خطة إجراء التحقيق الصحفي منذ وجود الفكرة حتى كتابته حسب "ألبرت ل . هستر، وواي لان ج .تو"، المقدمة في الدليل الصحفي للعالم الثالث، والمشمولة عبر النقاط التالية:

- تحديد الشيء الذي يرغب في إجراء تحقيق بشأنه، أو في اكتشافه.
- تحديد دقيق للأسئلة التي يمكن أن تساعد في الحصول على إجابات في التحقيق.

- تحديد المصادر التي يمكن أن يكون لديها المعلومات المطلوبة، وما إذا كانت هذه المصادر ستسمح بالاطلاع على المعلومات هذه، أو الحصول عليها.
- المقابلات الصحفية.
- الملاحظة الفعلية لأحداث بعينها.
- تكوين خلفية بالقراءة في المكتبات، وقراءة المطبوعات المختلفة حول الموضوع.

هـ. قائمة التحقق من المسار الصحيح:

عند انتهاء الصحفي من تطبيق تحقيقه وإجراءاته وصياغته يقدم" شون .ت . شيفر" نصائح لمعرفة إذا كان الصحفي قد سار في الطريق الصحيح أم لا، ويدعوها بالقائمة المرجعية لقرار الاستمرار في اتجاه من عدمه، ويشبهها بقائمة تتضمن أسئلة كلما كان الإجابة عليها بنعم، فهذا يعني صحة المسيرة والصياغة، وكلما قال لا، وجب المراجعة وإجراء مزيداً من التحري، أو حتى التخلي كلياً عن التحقيق، وهذه القائمة تتضمن الأسئلة التالية:

- هل الموضوع يستحق التحري عنه وإجراء تحقيق بشأنه؟
- هل التحقيق يجيب عن التساؤلات الأساسية لجمهوره؟
- هل التحقيق كاملٌ؟
- هل لدى الصحفي العديد اللازم من المصادر؟ (عادة لا يقل عن ثلاثة).
- هل لدى الصحفي على الأقل مصدر واحد موثوق به تماماً؟ (واحد على الأقل).
- هل يضمن الصحفي لتحقيقه مصادر مناسبة، لضمان الإنصاف والتوازن؟
- هل التحقيق موثق بالمستندات؟ وهل كلها من مصادرها الأصلية الأساسية؟
- هل ناقش الصحفي بعض المعلومات الحيوية، التي توصل إليها من المستندات والوثائق، مع بعض الأفراد الذين يمثلون المصادر الأخرى لتحقيقه؟
- هل يحتوي التحقيق على فكرة إخبارية واضحة؟
- هل التحقيق يؤكد مصدر الخبر الذي ورد به؟
- هل هناك ما يثبت الادعاءات الواردة في التحقيق؟
- هل التحقيق في صورته النهائية مطابق لما اقترح في مرحلة التحقيق؟
- هل أعد الصحفي التحقيق ليلائم جمهوره المستهدف؟
- هل أسند الصحفي المعلومات والأقوال الواردة في التحقيق إلى أصحابها بدقة؟
- هل سار تسلسل التحقيق بشكل منطقي؟
- هل تعكس كل فقرة فكرة واحدة في التحقيق؟

- هل تسلسل التحقيق مناسب وجيد؟ وهل هناك جمل تقود الجمهور بسهولة من فكرة لفكرة تالية؟
- هل صياغة التحقيق واضحة ومحددة؟ وهل يستطيع الجمهور فهم كلماته وجمله؟
- هل ذكر الصحفي أسماء كل المصادر الذين أدلوا بآرائهم؟ وهل استبعد الصحفي نفسه من تحقيقه؟

المراجع

1. ألبرت ل .هستر، واي لان ج .تو، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
2. محمود أدهم، التحقيق الصحفي، القاهرة، د.ن، 1980.
3. جان كرم، مدخل إلى لغة الإعلام. بيروت، 1986.
4. عيسى محمود الحسن، "المقابلة والتحقيق الصحفي"، عمان، دار زهران، 2013.
5. نبيل الشريف، منال الشريف، التحري الصحفي، ورشة التحري الصحفي، عمان، مركز الأفق الثقافي، 2005.
6. عبير محمود، التحقيق الصحفي، الطبعة الأولى، عمان، دار البداية، 2012.
7. محمود علم الدين، سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبيري والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفي الأخرى، من كتاب ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، الطبعة الأولى، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010.
8. ياسر محمود عبد العزيز وآخرون، ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، الناشر جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية عام 2010.
9. فراس حسين الياسي الموسومة، الصحافة الاستقصائية في العراق، جامعة بغداد، 2010.
10. سيف الدين حسن العوض، الصحافة التفسيرية في مواجهة الصحافة الاستقصائية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2008.
11. مارك هنتر، يسري فوده، بيا ثوردسون، رنا الصباغ، نيلز هانسون، لوك سنغرز، فلمنغ سغيث، يحيى شقير، محمد قطيشات، سعد حتر، على درب الحقيقة، دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية، ط2، عمان، اليونسكو، 2014.
12. جون أولمان، التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة، ترجمة زيدان، ليلى، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 2000.
13. نجوى عبد السلام عبد العزيز فهمي، المعالجة الصحفية لأزمة رشاوى شركة ديلمر بنز العالمية دراسة مقارنة، ملخص بحث مقدم للمؤتمر الدولي "الإعلام و الأزمات .الرهانات والتحديات"، آلية الاتصال، جامعة الشارقة.
14. رنا الصباغ، المديرة التنفيذية لشبكة أريج، راجع www.arij.net، مأخوذ بتاريخ 10 أيلول 2014.
15. شون .ت . شيفر، مهارات التحقيق الصحفي، دليل لصقل وتطوير أدوات التحقيق الصحفي، القاهرة.
16. مركز المشروعات الدولية الخاصة، الوكالة الأمريكية للتنمية، 2009.
17. Center of Union European. Deterrence of fraud with EU funds through investigative journalism in EU-27, EU-Cen (2012).

18. http://books.google.com/books?id=uUzT0M
19. http://www.baheth.info/web/all.jsp?term
20. http://books.google.com/books?id=uUzT0M_lPbYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
21. http://www.shafaaq.com/sh2/reports-investegations/110-reports-and-nvestigations/45457-
22. http://www.ijnet.org
23. 24hdansuneredaction.com

التمارين

السؤال الأول: ينطلق مفهوم التحقيق التقليدي:

A. فكرة الكشف عن الحقيقة.
B. فكرة الصحافة المعمقة.
C. فكرة محاربة الفساد.
D. كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: b فكرة الصحافة المعمقة

السؤال الثاني: من عرف التحقيق الصحفي بأنه نتاج الكاتب الصحفي المحترف:

A. محمود أدهم.
B. ابراهيم إمام.
C. جلال الدين الحمامصي.
D. أديب خضور.

الإجابة الصحيحة: a محمود أدهم

السؤال الثالث: تدعى نقطة الانطلاق بالتحقيق:

A. نقطة البداية.
B. نقطة الصفر.
C. نقطة الاستكشاف.
D. كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: b نقطة الصفر

السؤال الرابع: الذي وضع نظرية التشمم لاختيار فكرة التحقيق:

A. جون أولمان.

B. موري غرين.

C. مارك هنتر.

D. شون .ت . شيفر.

الإجابة الصحيحة: d شون .ت . شيفر

الوحدة التعليمية الثامنة

السرد البصري للتحقيق التلفزيوني

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يحدد القواعد الصورية والنصية لسرد قصة التحقيق في التلفزيون.
2. يشرح لغة التعبير بالصورة التلفزيونية خلال إعداد التحقيق أو تقريره
3. يعدد المدارس المختلفة في السرد البصري للتحقيق التلفزيوني
4. يشرح المدارس المختلفة في السرد البصري للتحقيق التلفزيوني
5. يشرح القواعد الشاملة وأساسيات التحقيق السردي البصري في التلفزيون

العناصر:

- مدخل.
- القواعد الصورية والنصية لسرد قصة التحقيق في التلفزيون.
- لغة التعبير بالصورة التلفزيونية خلال إعداد التحقيق أو تقريره.
- مدارس مختلفة في السرد البصري للتحقيق التلفزيوني.
- قواعد شاملة (أساسيات التحقيق السردي البصري في التلفزيون).

الكلمات المفتاحية للوحدة:

القواعد الصورية لسرد التحقيق التلفزيوني – لغة التعبير بالصورة التلفزيونية التحقيقية – مدارس السرد البصري للتحقيق التلفزيوني – أساليب السرد القصصي للتحقيق التلفزيوني – مدرسة "بول إيبدل" و"سورين ستن جسبرسين" – مدرسة "سوزن كلوبرغ" – وجهة نظر مخترقة لسينما "سيلد فيلد" – قواعد السرد البصري التلفزيوني وفق BBC – نصائح "ديرمود جيفريز" – نصائح "مارك بيركينز" – نصائح "ديما ترحيني" – نصائح "نيلز هانسن" – نصائح "هانا سترينغ" – استطلاع شبكة الصحفيين الدوليين – مدرسة "جوليان شير" – أساسيات التحقيق السردي البصري – أسباب نجاح السرد البصري – نصائح (الكتابة للصورة) – قواعد السرد البصري للتحقيق التلفزيوني – قواعد التعليق الصوتي في التلفزيون – لغة التعليق الصوتي في التلفزيون – قواعد ظهور المحقق في التحقيق التلفزيوني – قواعد الوقوف أمام الكاميرا –

مخطط القصة التلفزيونية – احتياجات القصة المرئية ومتطلباتها – قواعد المقابلة في التحقيق التلفزيوني.

– العنف والمحظورات الأخلاقية في الصورة الإعلامية.

أولاً: المقدمة

يزيد التلفزيون التحقيق بهاء وقوة، إذ يزيد من تأثيره، خاصة أن التلفزيون كما يقال لا يملك فقط حاستي البصر والسمع، بل يتعداه ليملك الحواس الخمسة، بما فيها الرائحة، إذ أحسن المعد إعداد وجبته، فالأشكال المشرقة، واللغة البهية لا تقبل الظهور بأزهى أثوابها إلا في التلفزيون.

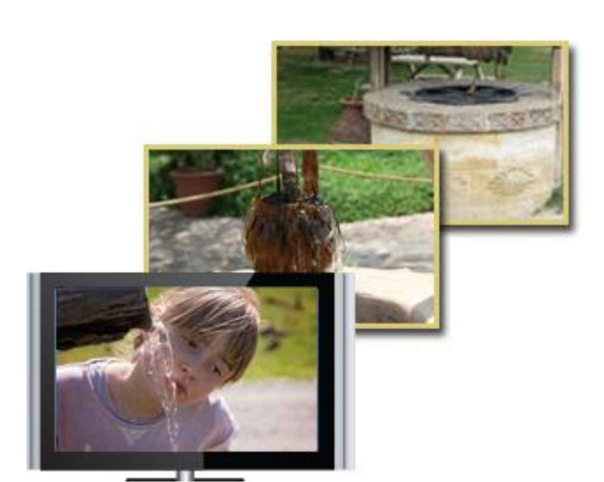
وإذا كان هذا يرتبط بكل أشكال العرض البصري، فإن حالة التحري لها خصوصيتها مع السرد البصري لقصصها، فمن جانب إيجابي يسهل التلفزيون حشد الرأي العام لقدرته الوصول كل منزل، لكن بالمقابل تزداد الصعوبة مع التعامل مع الأدلة والحقائق والإثباتات والبيانات المرئية، فالوثائق البصرية الميزة التي تعلي قيمة التحقيق في التلفزيون حال وظفت بالشكل الأمثل، والتزم المحرر بقواعد الكتابة للصورة وليس للورق.

ثانياً: القواعد الصورية والنصية لسرد قصة التحقيق في التلفزيون

- حين كتب "نجيب محفوظ" للتلفزيون لم تكن أعماله البصرية ترتقي أبداً إلى منزلة أعماله الأدبية، لأنه كتب للصورة بروح الكتابة للورق، ما أظهر عديد "السينارستيين" الذين يملكون مفاتيح تحويل القواعد النصية إلى "صورية"، وهم من تولوا تحويل نصوصه الرفيعة إلى أدب تليفزيوني عالي المقام، حتى أنه يقال "لو أن شكسبير عاد ولم يكتب للتليفزيون لما أصبح وبقي شكسبير"، وبالتالي فهؤلاء الذين يكتبون للتليفزيون لابد لهم من الجمع بين المهارات التي لدى الأديب والكاتب المسرحي وكاتب السيناريو السينمائي، والصحفي الممارس، ويجمع خليط مهارات كل تلك الوسائل، وصولاً إلى قدرته تقديم النص التلفزيوني، لكن تبقى قواعد الكتابة البصرية تستلزم مهارات عدة، سيدها الحس الإبداعي اللغوي، لذلك يقال القاعدة الوحيدة في "التلفزيون هي أنه لا يوجد قواعد"، ومع ذلك ثمة بعض الخطوط العريضة والأمور المتعارف عليها، والتي تهدف إلى جعل الدماغ البشري يفهم المعلومات الصورية والنصية، ما يمكن الاقتراب من تأسيس قاعدة مهمة مفادها: "لا تربك المشاهد إلا إذا كان هذا هدفك".
- باعتبار التلفزيون كالبحر يحتفظ بكنوزه ويلفظ جثثه"، حدد "Fang Irving" الأجزاء الرئيسية التي إذا تم مراعاتها أثناء صياغة القصة التلفزيونية. فإن مردودها سيكون مرضياً، وهذه الأجزاء هي: بناء القصة "Story Structure" ومقدمتها "leads"، وبنية الجملة، "Sentence Structure"، واختيار الكلمات، والأسماء والشواهد والإسنادات، فالكتابة الجيدة للتليفزيون في الغرب، هي عشق حكاية القصة المفعمة بالحياة؛ حيث يذكر أحد الرؤساء السابقين لشبكة التلفزيون الأمريكية CBS أن التلفزيون وسيلة درامية، وأن ما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء أيضاً، ومن هنا يقول "إيرل جونسون"، "Earl. J. Hohnson" المحرر في وكالة أنباء "الأسيوشيتدبرس: "إن هذا النمط من سرد الحكاية يمتاز بأنه يمسك باهتمام الجمهور، ويثير فيه شيئاً من الخيال الذي يجعله يشعر بالقصة ويدركها ويتفهمها".
- يمكن للصحافة المطبوعة أن تروي قصة كما يفعل (ساعي خدمة البريد)، لكن الفيلم يمكنه أن يروي قصة الرسالة، فالسرد القصصي عبر التلفزيون يتضمن: المشاعر Feeling، والتطابق Identification، والتوثيق Documentation، والإذهال Fascination، والإشراك Engagement، والمشاعر والتماهي Feelings & Identification، وهذا ما يقدمه التوثيق البصري لقصة التحقيق في التلفزيون.
- لا بد لكل من يتحرى تلفزيونياً الالتزام بعنق الزجاجة في الرواية البصرية، التي تقول أن القصة هنا تروى بالصورة لا بالكلمة فقط، عكس ما يفعله الصحافيون "Tell not Show"، ما يجعل هذه القاعدة تلخص بالقول: "أَرِ الناس ولا ترو لهم"، ففي المقال الاستقصائي المطبوع يمكن

العودة، أما في التلفزيون فثمة خط واحد، أي لا رجوع، ما يؤكد مركزية الشخصيات لفن الراوية، وهذا يعطي أهمية لسرد القصة دون الاعتماد أو الاستناد فقط إلى الكلمات، وبالتالي تتغير أولويات التفكير الروائي المرئي لتصبح الصورة رقم (واحد)، ونص الكلمات يغدو (اثنان)، ففي الماضي كان إطار استخدام الصورة جامداً، وبلا تحريك، أو قطع، أو لعبة بصرية عبر المونتاج و"الإيفكتات" البصرية، لكن هذا تغير اليوم، وأصبح التشويق المرئي، كالحبكة التلفزيونية التي تجعل للتحقيق روح الحكاية الدرامية، وكي يتحقق ذلك لا بد من أنواع استخدامات التحقيق وأشكاله، وكيفية التعبير بالصورة تلفزيونياً، ثم تحديد أساليب السرد القصصي للاستقصاء التلفزيوني.

ثالثاً: لغة التعبير بالصورة التلفزيونية خلال إعداد التحقيق أو تقريره



يختار الصحفي المصوّر خلال البرنامج التحقيقي التلفزيوني المشاهد التي يلتقطها حسب ما يراه على أرض الواقع، ووفق أسلوبه وذوقه، مستخدماً ثراء لغة الصورة للتعبير عن:

"خيار الكاميرا، وزاوية التصوير، وإطار التصوير، والإضاءة، والتحركات والموقع حسب موضوع التحقيق أو التقرير الاستقصائي، وهنا يمكن الإشارة إلى النقاط التالية التي أعدّتها

المدرسة العليا للصحافة في ليل، وقناة فرنسا الدولية، بهدف إجراء تدريب مهني لصحافيين من جميع أنحاء العالم وفق المعايير الدولية. **عبر الاستعانة** بخبراء التدريب والمتمرسين والمهنيين في القنوات الفرنسية، وفي وسائل الإعلام الأخرى مثل "تي في 5 موند" و"فرانس 24" و"وكالة الصحافة الفرنسية" أو "كانال بلوس" للتدريبات، ومن أبرزها:

1-أهمية زوايا اللقطات:



في كل مرة يبدأ المصوّر بالتصوير فهو يصوّر ثم يتوقف، وينتج لقطة، أو مجموع اللقطات المصورة في مكان أو حول الموضوع، لتشكل مشهداً، ويجب أن تكون هذه المشاهد أو اللقطات غنية ومتنوعة:

- اللقطة عن بعد تخدم الإطار العام للموضوع.
- اللقطة الجماعية تحدد الشخصيات.

- اللقطة الأمريكية تصف الشخصيات أثناء تعاطيهم لنشاطهم.

- اللقطة نصف القامة: تظهر شخص أو عدة أشخاص في مكان ما.
- اللقطة المتوسطة أو اللقطة المقرّبة على الصدر: هي اللقطة التلفزيونية الكلاسيكية، أي أنها تبرز الرؤية الطبيعية للعلاقة مع الآخرين.
- اللقطة المقربة جداً: تركز النظر على جزء معين من الجسد أو جزئية مادية أو حركة معينة.
- إدراج صورة في مكان معين من اللقطة: للتركيز على صورة مختارة تجلب الاهتمام إلى مؤشر بصري له علاقة وثيقة بالمشهد المصور.

2-المؤثرات الخاصة أثناء التصوير ومؤشراتها الحسية:

وتتضمن:



- **الصورة التي تسبق التعليق بقليل:** يظهر شخص أو شيء ما بشكل جزئي على إطار الصورة، ما يشدد على عمق فضاء الصورة.

- **أخذ الصورة بوضع سفلي أو علوي لعدسة الكاميرا:** وتكون زاوية التصوير موجهة إلى الأعلى أو إلى الأسفل، وبذلك ترمز إلى هيمنة الشخص الذي يوجه نظره إلى الكاميرا أو الذي تتجه الأنظار إليه.



- **اللقطة المصورة:** الكاميرا ليست مقطوعة: فيكون المشهد غير متقطع ومصور في لقطة واحدة، دون قطعها، وهنا تقوم الكاميرا بمتابعة الحركة المصورة أو وصف المكان بالكامل.



- **الكاميرا الذاتية:** تندمج الصورة مع نظرة الشخص المعني بالحدث، وتعطي المشاهد الانطباع بأنه يعيش الحدث.



- **تحركات الكاميرا:** تدور الكاميرا حول محورها، على مسندها، لإظهار الإطار والفضاء الذي يجري فيهما الحدث، والصورة تتغير بجعل الكاميرا ثابتة وتتحرك في نفس الاتجاه أو العمق.



- **الوقت على سكة حديدية:** الكاميرا تتحرك وتتبع مسلكاً متواصلاً، يكون في معظم الأحيان متوازياً مع الشخص، أو الشيء الذي يتم تصويره، عند الإنتاج، ويستخدم التصوير بهذه الطريقة باستعمال سيارة أو قطار بدل السكة، وقد يرمز ذلك إلى منعرج أو قصة أو تطورات معينة.

3-التحركات والخدع البصرية:

وتتضمن:

- **الزوم:** من خلال خدعة بصرية، يمكن تقريب الأشياء البعيدة أثناء التصوير، وتبقى الوسيلة الأفضل لتقريب الأشياء البعيدة أو ما يعبر عنه بـ "الزوم"، هي في المشي بالكاميرا نحو الهدف المراد تصويره.

- **الغامض/ الواضح:** بتعديل فتحة عدسة الكاميرا، يتمكن الصحفي المصوّر من إدخال لمسة فنية من الوضوح، أو من الغموض على مقدمة الصورة، أو مؤخرتها، أو العكس، ما يعبر عن نقلة في التحقيق أو التقرير دون قطيعة في الصوت.
- **تلاشي الصورة إلى الأسود أو إلى الأبيض:** وهذه العملية تشير الى انقطاع واضح في الصورة، وتستعمل بين مقطعين من استجواب، ويظهر بوضوح المؤثرات الخاصة بتركيب المقابلة خلال التحقيق.

4-زوايا التحقيق أو التقرير:

ويراعى خلالها:

- **قاعدة الثلاثة:** حيث يصور المشهد في ثلاث لقطات على الأقل، وهنا يجب أن تكون لهذه اللقطات الثلاثة زاويتان مختلفتان على الأقل، حسب التصنيفات السينمائية المعتمدة، وذلك لتجنب "التقاطع" بين الصور.



- **قاعدة الـ 180 درجة:** عادةً، لا يجب أن يتخطى التقاط الصور الخط الافتراضي الذي لا يدرك بالعين المجردة، والذي يتخيل المصور أنه يقسم الفضاء في جزأين، وبالتالي، فإن المشهد المصوّر يصبح غير منطقي، وغير مفهوم إذا لم تحافظ الكاميرا على وجهة نظر معينة في جانب أو آخر من هذا الخط.

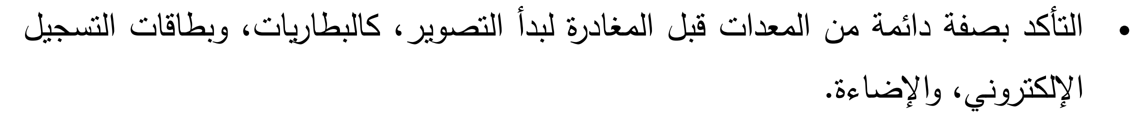


- **الأصوات والصور من خارج نطاق الصورة الملتقطة:** إطار الصورة الملتقطة يرمز في الوقت نفسه إلى ما يشاهد على الشاشة، وكذلك ما لا يشاهد، لكن الجمهور يدركه، مثلما هو الشأن لمرآة خلفية للسيارة، التي تجعل السائق يدرك وجود سيارة بأكملها، أو لزر كُم اليد الذي يجعل صاحبه يدرك وجود شخص ما.

5-أربع نصائح إضافية:

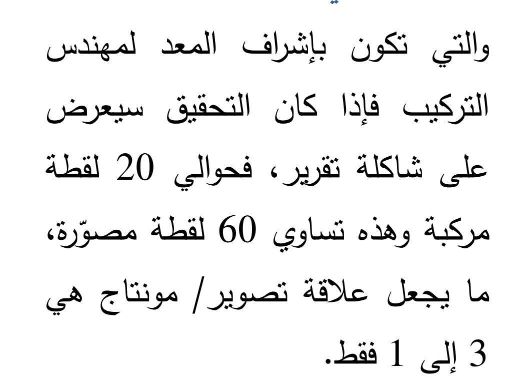


- عدم القيام بالكثير من التحركات، لترك المجال للمشاهد لمتابعة المشهد.
- استعمال "التريبود" أي ركائز الكاميرا، وتكون ثلاثية القوائم أو ذات قائمة واحدة، فالصورة الثابتة هي ذات المهنية العالية، وهي تضفي مزيد المصداقية بالنسبة إلى المشاهد.
- مراقبة الصوت باستعمال سماعات خاصة تمنع أصوات غريبة يمكن أن تدخل تشويشاً على متابعة أو فهم الحديث أو المشهد، مثل: (المكيف، أو مرور قطار خارج إطار الصورة).



- التأكد بصفة دائمة من المعدات قبل المغادرة لبدأ التصوير، كالبطاريات، وبطاقات التسجيل الإلكتروني، والإضاءة.

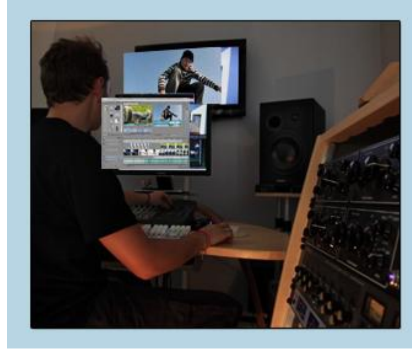
6- عدد اللقطات التي يجب إحضارها من المصور:

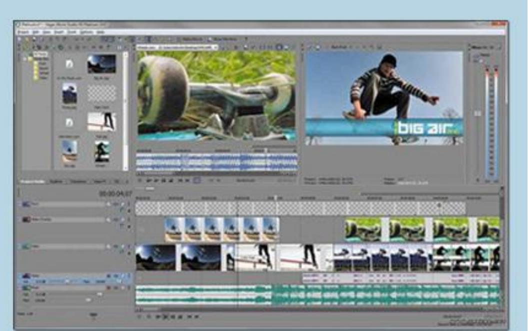




والتي تكون بإشراف المعد لمهندس التركيب فإذا كان التحقيق سيعرض على شاكلة تقرير، فحوالي 20 لقطة مركبة وهذه تساوي 60 لقطة مصوّرة، ما يجعل علاقة تصوير/ مونتاج هي 3 إلى 1 فقط.

7- عدد اللقطات التي يجب إنجازها للحصول على مونتاج حيوي:





- لقطتان عامتان، تتطلب 6 لقطات مصورة.
- 8 لقطات متوسطة، تتطلب 24 لقطة مصورة.
- 10 لقطات مقربة، تتطلب 30 لقطة مصورة.
- مقابلة مدتها 30 ثانية، تتطلب تصوير دقيقتين.

8- إجابات الصورة:



يجب أن تجيب الصورة بصفة فعلية عن الأسئلة: (أين؟ من؟ ماذا؟) وبالتالي تعرّف بالمكان، والمحيط، والوضع، والفضاء الذي يجري فيه موضوع التحقيق أو التقرير، كما ممثلي الحدث، وكذلك الأشخاص المعنيون به، والمستجوبون، وأشخاص من قلب التغطية، وهنا يذكر أنه عند بدء التصوير، يتفطن الصحفي والمصوّر إلى الأجوبة التي لا تتلاءم مع الصورة والصوت، ويتكفل التعليق بالإجابة عن التساؤلات المتعلقة بمسائل مجردة مثل: (لماذا؟ وكيف؟).

رابعاً: مدارس مختلفة في السرد البصري للتحقيق التلفزيوني



أساليب السرد القصصي للتحقيق التلفزيوني:

مدرسة "بول إيبدل" و"سورين ستن جسبرسين"

لا يوجد أسلوب واحد للرواية التلفزيونية، وإن كانت خطوطها جميعاً تسير في خطوط أساسية مفادها: (القصة الأساسية هي ما يركز عليها مرئياً، وكل قضية تعرض بجفاف خطأ، مع وجوب السير بأنسنة الصحافة)، وحسب "بول إيبدل/" مدير عمليات الأخبار الرئيسية لوكالة رويترز سابقاً، وصانع الشكل الخارجي للبرامج في قناة الجزيرة سابقاً، و"سورين ستن جسبرسين"، فمن أهم أساليب السرد القصصي للتحقيق التلفزيوني:

1) **أسلوب تتابع قصة الصحفي:** حيث يستخدم الصحفي نفسه فيها كشخصية رئيسية لروي القصة، عبر ما تسرده صوره، وهذا ما لا تراه.

وهنا تتجلى عناصر الوثائق البصرية في التلفزيون عبر:

- **النفاذ:** (كان من الصعب، لكن دخلنا) (إمكانية الدخول لشخوص القصة وتصويرهم).
- **الشخصية التي تسرد الأحداث**، أو تسهل سردها، مثل التقينا (فلان الفلاني) يتحدث.
- **إمكانية استخدام عناصر أخرى:** كمادة مرئية لتصوير النشاط المبني.

والنتيجة أن الصحفي في هذا الأسلوب يستخدم ضمير (المتكلم): أنا، نحن، (كنت .. كنا...)، ليتلو الأحداث، فيبدأ بفرضية التحقيق مستخدماً نفسه؛ وإلا سيكون مجرد تتالي بصري لوثائق بصرية متعلقة بقصص أناس يعانون، ولقطات متسلسلة، ثم تتم مواجهة المسؤولين عن المشكلة، وكي يتم ذلك بحيوية يأخذ منحى آخر (يستخدم نفسه)، مع مراعاة أن هذا يضفي بعض الدعاية للصحفي، وأحياناً كثيرة منها، كأن يقول: ".. ذهبت للمشفى الملوثة بدم الضحايا. هناك التقيت كثيراً منهم.... علماً أنه حين يستخدم أسلوب (تتابع قصة الصحفي) لا بد من مراعاة "خط الزمن، Time Line" عبر سرد التتالي الزمني.

والخلاصة أن فن الرواية في هذا الأسلوب مهما كان مصدر المادة، يبقى أسلوبها لمتابعة القصة شخصية (المراسل) الصحافي المحقق، أو من ينوب عن ظهوره!

2) **أسلوب تتابع شخصية (وهمية):** تبنى على صوت وجهة نظر لشخصية افتراضية، لا نعرفها، ولا نراها إنه صوت الفيلم وتعلقيه، وبالتالي العرض ليس من وجهة نظر الصحافي، لكن من

وجهة نظر الفيلم، ففي تحقيق "ماي ويلش" "عودة أيتام الصحراء"، يبدأ السرد عبر صوت الشخصية الوهمية إنهم أحد أفقر الشعوب.. والأكثر..

إن الحدث المهم والأهم في هذا الأسلوب يوضح رؤية مكتوبة بشكل مختلف، يرويها **(الصوت السلطوي المعلق)**، الذي يقول لنا ما نراه وما نسمع به، إنه صوت ينقل إحساس، والذي يجعل وجود الصحافي وظهوره غير مبرر ويدعى بالـ "Voice Over" فتتبدل مصطلحات: نحن هناك.. بكانوا هناك.. ولا فرق في الأسلوبية إلا عبر المونتاج، الذي يستخدم الراوي الخارجي (المعلق) بضمير (الغائب) "هم .. هو .. هي.. هن.. .."، بدل ضمير المتكلم "أنا.. نحن..".

3) **أسلوب لا راوي .. الشخصيات هي الراوي:** وينطلق هذا الأسلوب من فكرة أن الجيد والمطلوب في التحقيق التلفزيوني ليس مهماً كالوثائقية، وبالتالي يتحدد هذا الأسلوب في ثلاث "لاءات"، هي: **(لا مراسل**، فلا لظهور شخصية صحفي.. **لا راوي.. لا شيء يتدخل)**، والمونتاج هو سيد الموقف، وهنا يشار أن هذا الأسلوب لا يناسب المواضيع المعقدة، ومن أمثلته، الفيلم الاستقصائي المصري "البنات دول" التي تروي شخصيات الفيلم ومشاهد حياتها.

4) **الأسلوب المختلط:** ويقوم على رؤية الفيلم بلا راوي، يروي الفيلم والمخرج له دوره، والصحفي هو الذي يربط الأحداث، وقد يظهر في ما لا تستطيع الشخصيات حمله، وقد يظهر المعلق الراوي، لكن تبقى ميزة الصيغة أنها بلا راوي، فالشخصيات هنا مهمة جداً، ودور الصحفي ينحصر في الوصل بين المشاهد، وفق المعلومات التي لا تقدمها الشخصيات، أما الباقي فيرويه الفيلم، والمنطلق في ذلك: "**إن كل القصص الاستقصائية يجب أن تكون عن البشر**".

السرد البصري التلفزيوني/ بناء التحقيق المتلفز حسب مدرسة "سوزن كلوبرغ":



تقول "سوزن كلوبرغ": في دليل أريج التدريبي للصحافة الاستقصائية العربية "على درب الحقيقة"، إن أكثر القصص مدعاة للضجر يمكن أن تتحسن، إذا صرف الصحفي أو المصور أو مصور الصحفي، وقتاً كافياً للتفكير في قالبها قبل البدء بمعالجتها للتليفزيون، فأكثر القصص الاستقصائية تحدياً ستتحسن بصرياً إذا فكر الإعلاميون كيف يخرجونها منذ البداية.

وعليه يعتمد قالب التقديم على شكل التقرير ومدته، وهل سيكون ضمن برنامج (يعد بالثواني)، أو برنامج مستقل (يعد بالدقائق)، وهناك عامل ثاني يتمثل في الوقت المتوافر لإنجاز الجانب الإبداعي في التقرير،

ولعل أسهل آليات السرد البصري ومعظمها تتمحور وتتألف من استخدام تعليق صوتي، مصاحب لعرض الصور ومواكب لها، "Voice Over"، مع توفير تصوير فيديو سريع إلى جانب عدد من المقابلات لتضمينها في الداخل، ومقاطع صوتية، وصور بيانية وموسيقى، وإذا لم يوظف الصحافي الطاقة والوقت الكافيين لخلق سرد بصري قوي، ستكون النتيجة واضحة منذ البداية؛ مملة وغير مؤثرة في المشاهدين، ما يحتم الالتزام بالقواعد والآليات التالية لهذا السرد البصري:

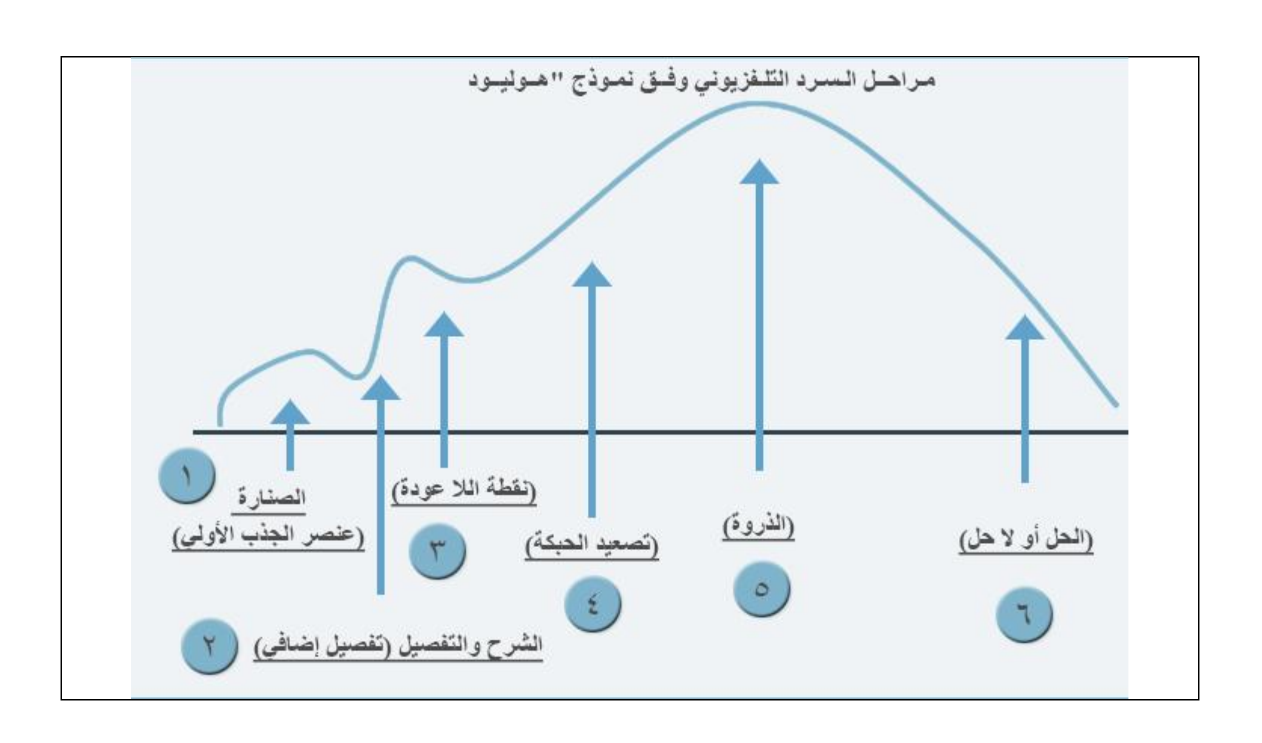
- الدليل البصري في آليات العرض يوازي الوثائق والمستندات في الصحافة المطبوعة، وهنا يتوجب خلق حلول بصرية وتصوير مستندات وعرضها، إلى جانب تصوير المقابلات.
- التلفزيون عمل فريق، ومن يرى في المصور الصحافي مجرد شخص يلتقط الصور التي تطلب منه، سيواجه مشاكلاً، وينتج تقارير بعيدة عن الإثارة، فإن غاب التواصل بين أعضاء الفريق سيكون من المرجح أن يعيش كل في عالمه الخاص، فكلما انخرط المصور الصحافي في مشروع التقرير كلما كان أكثر تحفيزاً للعمل، وكانت النتيجة أفضل.

ومن هنا تضع "كلوبرغ" عناصر التحقيقات أو التقارير الاستقصائية المرئية: لتبين كيفية استخدام عناصر التقرير، وكيفية دعمها لبناء قصة لافتة، يتذكرها الجمهور، فالتلفزيون يكون قوياً جداً في عادة طرحه وتأثيره حين يضرب وتر العاطفة وليس فقط العقل، ومن هنا يستحسن الانتباه إلى عناصر عدة **(أدلة بصرية):**

- **الصورة الركنية/ المعلقة: "البوستر"**: إذا طلب من أحدهم تخمين عن ماذا تدور القصة فعليه اختيار صورة وحيدة للعرض، فماذا يختار؟ وهنا يجب استثمار الكثير من الوقت والجهد لاختيار هذه الصورة، أو التسجيل، أو استحداثها، باعتبارها الصورة التي سيتذكرها المشاهد بعد أن يقفل جهاز التلفاز، وعليه تحمل عادة البرامج التوثيقية العالمية صورة ركنية مؤثرة، إما معالجة أو تعكس مشهداً حقيقاً.
- **الربط:** الجدلية ذاتها تنطبق غالباً على القصص المتعلقة بقضايا الفساد؛ إذ تحتاج هذه القصة دلائل قوية لإثباتها، والدليل البصري لا يكون دائماً صورة متلفزة، بل عبر المثابرة والأسئلة الحاسمة المطروحة، ورد فعل المسؤول، فأحياناً خمس ثوان من الصمت توفر دليلاً بصرياً مؤثراً، عندما لا يتوفر لصاحب المقابلة رداً، مع التذكر أنه دائماً لكل قاعدة استثناء، لكن بالإجمال يتوجب البحث دائماً عن المادة البصرية القوية، وما تبقى هو الأسهل.
- **شخوص قوية:** لا يمكن الانتقاص **من** أهمية الشخوص القوية، كالضحايا، ومقدِّمي المساعدة والمتسببين في المعاناة، وهؤلاء يجب أن يكونوا حاضرين في غالبية القصص، وإذا رفض المتسبب المشاركة (هو ما يحصل عادة)، يجب محاولة إظهار ذلك بوضوح، وعليه يمكن أن

تمثل القصة شخصاً محورياً مؤثراً، يتماثل الجمهور معه أو يكرهه، أو شخصاً تعرض للخداع والغش، أو شخصاً ينشد العدالة، أو آخر يسعى وراء مهمة، ويمكن وصف ذلك بشخص "يعمل شيئاً لغاية ما".

- **صيرورة العمل:** إن التقارير "الممسرحة" المبنية على (لقطات/ أدوار) تنتج عادة من عدم تخصيص الوقت الكافي في موقع التصوير، كما أنها تنتج عن عدم توفير وقت للتفكير/ التخطيط قبل التصوير، فمثلاً أشخاص يصنعون القهوة، وشخصية تتحرك خارج إطار الكاميرا وتغلق باباً خلفها –هذه لقطات ممسرحة، قد تكون ضرورية في بعض الأحيان لكنها لا تشكل عرضاً قصصياً بصرياً.
- **التغطية الحية/ في الموقع:** تدخل التغطية الحية الفعالة بين ثنايا القصة؛ حيث ينهمك الصحافي في عمل ذي صلة، لأحداث القصة، بينما يخبر المشاهدين ماذا يحدث.
- **نموذج هوليود:** إن مركز القصة يجب أن يكون واضحاً منذ البداية، حول ماذا تتمحور القصة؟ وماذا سيعرض للمشاهد؟ لكن سرد كل التفاصيل في مستهل التحقيق أو التقرير ليس أسهل شيء أو الأفضل، فمشاهدو التلفزيون غير صبورين، وسيتابعون أول 30–60 ثانية، ثم يقررون فيما إذا سيواصلون المشاهدة، وهذه الطبيعة لا تتغير، فإذا لم يتمكن العارض من الاحتفاظ بانتباه المشاهدين سينتقل بعضهم إلى قناة أخرى، ولمواجهة هذا التحدي يمكن استنباط عدة نماذج من السرد، بالتطبيق على نموذج "هوليود"، وتتمحور عبر المراحل التالية كما يوضحها الشكل المرفق:



مراحل السرد التلفزيوني وفق نموذج "هوليود":

1- **الصنارة (عنصر الجذب الأولي):** أحد الحلول المطروقة، ويكمن في تسليط الضوء على مقتطفات بارزة مثيرة للاهتمام، مثل عناوين عريضة تختزل القصة ومقدمتها، في مادة فيلميه لافتة – مقاطع بصرية قوية – كاميرا مخفية – مواجهة وجدال – أو أي مقاطع أخرى مثيرة للاهتمام، ودائماً ثمة بدائل مختلفة من بينها اختيار أحد المشاهد، ليكون عادة تمهيداً للوصول إلى اللحظة الحاسمة على أن الدور الأكثر أهمية للصنارة يكمن في إعطاء المشاهد عرضاً لما سيتوقعه لاحقاً.

2- **الشرح والتفصيل (تفصيل إضافي):** إدخال الصحفي جمهوره في قلب القصة وتفاصيلها.

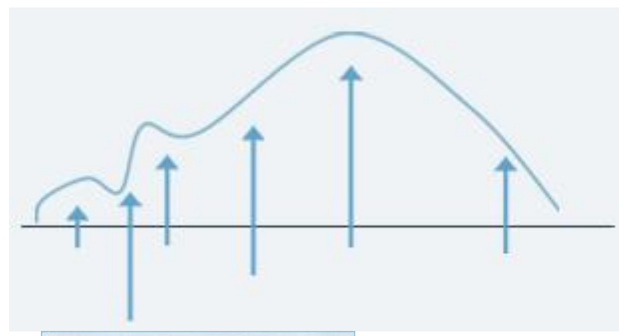
3- **(نقطة اللا عودة):** ظهور المشكلة بمسببها وأسبابها والواقع عليهم نتائجها، بحيث لم يعد مجالاً للتراجع عن استكمال ما آلت إليه النتائج.

4- **(تصعيد الحبكة):** أحداث تزيد الأمور تعقيداً، وتربط الأحداث ببعضها والمشاكل بأصحابها.

5- **(الذروة):** الوصول إلى قمة التعقيد في العرض، حيث كل الخيوط متشابكة.

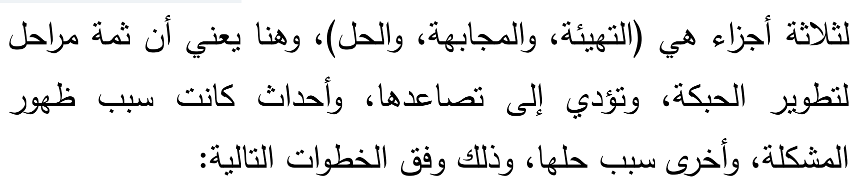
6- **(الحل أو لا حل):** الهبوط بعدها إلى الحل أو الا حل، بمعنى عدم إمكانية الوصول إلى أدلة قطعية تحل المشكلة.

السرد البصري التلفزيوني/ بناء التحقيق المتلفز من وجهة نظر مخترقة لسينما "سيلد فيلد":



وبشكل مماثل يضع "**سيلد فيد**" مساراً عبقرياً للسرد البصري، سواء المبتكر عبر تحقيق خيال المؤلف بشخوصه وأحداثه، أو المستمد من الواقع عبر تحقيق الصحفي للتجاوزات التي يحاول المتورطون إخفاءها أو التنصل منها، ويقوم على التقسيم





لثلاثة أجزاء هي (التهيئة، والمجابهة، والحل)، وهنا يعني أن ثمة مراحل لتطوير الحبكة، وتؤدي إلى تصاعدها، وأحداث كانت سبب ظهور المشكلة، وأخرى سبب حلها، وذلك وفق الخطوات التالية:

1) **التهيئة:** تنطلق من نقطة ساكنة للحدث أو من نقطة متحركة جذابة.

2) **وجهة الحبكة (1):** حدثٌ يؤدي إلى تصاعد الأمور باتجاه التعقيد والمجابهة.

3) **المجابهة:** تصادم الخطوط وتعقدها وصولاً إلى تعقيد المشكلة.
4) **الذروة:** وصول الأحداث إلى قمة التعقيد، وتداخل كل الأمور، وصولاً إلى الشك بإمكانية معرفة الحقيقة وحل المشاكل.
5) **وجهة الحبكة (2):** حدثٌ هو الذي يؤدي إلى بدء حلحلة الأمور وتكشفها، وبفضله تنزلق القصة نحو الحل.
6) **الحل:** اكتشاف الحقائق ووضع النقاط على أحرفها، سواء ناحية الإثبات أو النفي.

ومن هنا إذاً طبقنا قصة "الووترجيت" الأشهر في عالم التحقيقات الاستقصائية، سنجد أن الأمور كانت هادئة بعد الانتخابات الأمريكية ونجاح ريتشارد نيسكون فيها، قبل أن يظهر الحدث الذي ذهب بالأمور نحو التعقيد وظهور المشكلة (وجهة الحبكة 1)، وهو إلقاء القبض على 5 أشخاص كانوا يحاولون زرع أجهزة تنصت في مبنى الووترجيت التابع لحملة الديمقراطيين، وهنا بدأت المجابهة وتشابكت الأمور وصولاً إلى الذروة، حيث فيها علت معلومات "الديب ثروت" وانخفض صوته، وحيث بدأت مراجعة البيانات وقراءة الوثائق وتحليل البيانات.. وزاد الشك عن علاقة الرئيس وحملته بأولئك الأشخاص، ولعل الحدث الذي سار بالأمور نحو الإثبات لتورط البيت الأبيض (وجهة الحبكة 2) يتمثل بما رافق قضية المكالمات المسجلة والطلب من البيت الأبيض تسليمها للمحكمة الفيدرالية المختصة، ورفض الأخيرة، وما رافق ذلك من حذف أجزاء قبل الحصول عليها كاملة، ومن ثم أدى ذلك (للحل) متمثلاً بإثبات تورط الرئيس وفريقه واضطرار "نيكسون" تقديم استقالته تحت ضغط الكونغرس بسحب الأهلية منه.. إنها قصة مثلى للعرض السردي البصري حسب طريقة "سيلد" التي صممها لأصحاب الخيال الواسع في الدراما، متناسياً أن الواقع أغرب من الخيال، كما قالها بشكل مبالغ فيلم القصة "كل رجال الرئيس".

من جانبها تتشابه أساليب العرض القصصي التلفزيوني مع أساليب العرض الأدبي، فهناك دائماً توصيف (وليس وصف)، وحوار، ومشاهد تأسيسية، تخبر حين الكشف عن الحل، أنه بسبب المشهد التأسيسي اكتشف الحل، ومشاهد تبين طبيعة شخصية البطل دون أن يروي الصحافي صفاته لفظياً.

قواعد السرد البصري التلفزيوني بناء على معايير الوحدة الاستقصائية لقناة BBC:

1. تحدد "**<u>نجلاء العمري/ مديرة تحرير في BBC عربي</u>**" معايير هيئتها في العمل التحقيقي والاستقصائي البصري، انطلاقاً من قيم فيلم التحقيق التسجيلي أو الوثائقي الذي يعتمدونه، وذلك انطلاقاً من فكرته وحتى الإدانة، منطلقة من سؤال مفاده:

"هل أي فكرة أو قصة قابلة الى أن تتحول لفيلم تسجيلي أو وثائقي في القناة، يبذل فيه الكثير من المجهود والمال والوقت –وهو شحيح هذه الأيام–، لتجيب "قطعاً بلا"، فيجب أن يتوقف

الصحفي، ويفكر فيما إذا كان يمكن أن ينفذ الفكرة، وهل يمكن بعد أشهر من المجهود وأحياناً أسابيع الوصول إلى نتيجة مقنعة لحل اللغز الذي يبحث عنه، واذا كانت الإجابة "نعم.. وأنا واثق من ذلك"، تعني BBC "اذهب واصنع في حلمك"، أما إذا كانت الإجابة: "لا.. أو ربما لدي بعض الشك" فعليك أن تتأنى وتفكر، ثم تقول لا بشجاعة، وربما عليك البحث عن فكرة بديلة.

2. تقوم معايير BBC حول كيفية إمكانية البدء بقصة صعبة، على لزومية الإجابة على أسئلة كثيرة تتعلق بها، والنصيحة دائماً: "ابدأ بما هو قريب منك.. مما أنت متأكد منه.. ربما صديق أو زميل سابق في مكان تعرفه.. ربما مقال في صحيفة قرأته منذ أشهر أو حتى منذ سنوات، واحتفظت به في المكتب أو ربما في الذاكرة، ولعله فيلم شاهدته في إحدى قنوات التلفزيون، ولفت انتباهك مقطع ما منه"، فهناك دائماً نقطة بداية، والبداية في البحث والتنفيذ ليست هي على الإطلاق نقطة البداية في الفيلم ذاته، لأن الفيلم يأخذ عادةً بعداً مختلفاً تماماً، لكن تبقى رحلة البحث تبدأ مما نحن متأكدون منه، وخطوة خطوة نتقدم في البحث، حتى يصل الصحافي الى الإجابة عن أسئلة لم يتوقع أن يجد إجابات لها.
3. انتقالاً إلى خطوات الإنتاج المرئي تقول "العمري" عن تجربة القناة البريطانية في ذلك: "معظم الدول نحتاج فيها إلى تصاريح للتصوير، خاصة عندما يكون في الشوارع والأماكن العامة، وليس في داخل المنازل، والأماكن المغلقة، وللحصول على هذه التصاريح نحتاج الكثير من المجهود والوقت والاتصالات، التي قد تصل الى أشهر في بعض الأحيان، ومعها تكون الفكرة قد انتهت تماماً، ولم نبدأ بعد بالتصوير لقطة واحدة.
4. تنطلق معايير BBC حين يرتبط التحري بالفساد من التحدث الى من يشتبه أن لهم علاقة بالقضية، وعندما يتعلق بتصوير شؤون التعذيب، يجب أن يستمع الى الضحية، وفي الوقت عينه إلى الجلاد أيضاً، فهل يمكن أن يأتي من هو متهم بمثل هذه التهمة، ويجلس مثلما يجلس الصحافي، ويقول نعم أنا فعلت ذلك؟! هذا صعب للغاية، وكي يفعل؟ يحاول صحفيو القناة أن يضعوا له ضمانات كثيرة، فالأمر في النهاية مسألة توازن، كما ينبغي الحكم مع الذات: هل الصحفي هنا للحديث عن هذا الشخص بعينه، أم للحديث عن القضية برمتها؟ وهل لو تحدث هذا الشخص دون أن يظهر وجهه أو صوته أو اسمه أو أحياناً البلد الذي هو فيه، مبرر كاف لأخذ المقابلة معه، ووضعها في الفيلم، وبالتالي يصل المعد إلى هدفه، إن إجابات هذه الأسئلة تنطلق من قواعد تصوير المعاناة والقضية دون أي إساءة إلى شخص بعينه، وهذا هو المعيار الواجب فرضه على الذات عند القيام بعمل فيلم تسجيلي أو وثائقي، أي الموافقة بين مصلحة

تنفيذ الفيلم والوصول بالرسالة الى المتلقي/ المشاهد، وفي الوقت نفسه عدم إيذاء من تطوع كي يتحدث للفيلم ويغنيه ويصل به إلى مبتغاه، ما يعني مؤسس نجاحه.

5. يجب التأكد وفقاً لمعايير BBC مرة ومرتين وثلاث، وأحياناً لمرات عدة، من كل كلمة، ومن كل لفظ، ومن كل وثيقة، فهناك طرق عديدة للذهاب فيها إلى مصادر مختلفة، حيث هناك العودة الى الأرشيف والمعلومات المعروفة عن هذه الشخصية أو تلك، وهل ما هو في هذه الوثيقة قابل للتصديق أم لا؟ وإذا كان من الصعب تصديقه، فما هي أفضل المصادر التي يمكن أن تؤكد صحة المعلومات الواردة في الوثيقة، والجواب أن أفضل الطرق هي الذهاب إلى من يتهم داخل الوثيقة، وأسأله: "أنت متهم بهذه الوثيقة، بماذا ترد.. وماذا تقول"؟

6. المهم لدى BBC عند القيام بعمل تحقيقي طويل في فيلم تسجيلي أو وثائقي يحقق في قضية شائكة، ويتناول شخصيات، ويحاول أن ينتهي بإدانة هذه الشخصيات، هو ردود الفعل بعد عرض الفيلم.، فباعتبار أن الفيلم الشائك كشف الحقيقة، والوجه الآخر الذي ربما لا يرضِ هذه الشخصية، وهي في كثير من الأحيان شخصيات مؤثرة، ومهمة، ومرتبطة بمؤسسات كبيرة، لذا قد يكون العتب هو ما يجب توقعه، أو تلقيه بعد الفيلم، وهذا سهل، فالأهم الحديث والتأكيد مرة أخرى على أن مهمة القناة كمؤسسة إعلامية تلتزم بمعايير العمل الصحفي هو وضع حسابٍ لاتهام من قام بالفيلم بالتشهير، وهنا يجب أن يبقى أهل العمل مستعدين بالوثائق، حتى وإن لم يستخدمها الفيلم، لكن عليهم الاحتفاظ بها حتى النهاية، وربما إلى الأبد.

نصائح حول كيفية طرح مقترحات لقصص تحقيقات أو استقصاءات مصوّرة حسب محرّري الفضائيات العالمية "ديرمود جيفريز" و"مارك بيركينز" و"ديما ترحيني" و"نيلز هانسن" و"هانا سترينغ":

تقول "Menan Khater" إذا كنت تعمل كصحفي حر وتراسل مؤسسات إعلامية بالخارج بصفة دورية، ولكن غالباً ما تواجه مقترحات قصصك المرئية الرفض أو عدم الاستجابة، لربما يكون الأمر محبطاً ومسبباً لحالة من التشكيك في قدراتك الصحفية، ومن أجل ذلك، عليك أن تدرك أن هناك جوانب أخرى ومعايير اختيار تختلف من مؤسسة إعلامية لأخرى، وبالتالي يجب أخذها بعين الاعتبار، وعليه تعرض لما ناقشه محرّرو خمس محطات فضائية عالمية، خلال إحدى جلسات ملتقى شبكة (أريج) السنوي السابع للصحفيين الاستقصائيين العرب، 2104، والذي يعرض لأهم ما يجب أن تتضمنه طرح الأفكار لقصص تحقيقات متلفزة، وما المواضيع التي تهم الوسائل الإعلامية في الشرق الأوسط، وفق التالي:

- **مارك بيركينز/ مدير الأفلام الوثائقية، بي بي سي النسخة العربية:** الذي يرى أن هناك المئات من الأفكار التي تصل إلى مكتبه يومياً، وقبل أن يحدد مصير أي فكرة منها هناك ثلاثة أسئلة رئيسية يسألها لنفسه:

أولاً: من المتهم؟ هل هذه الفكرة تحاسب شخصاً واضحاً؟ هل تحاول أن تضع شخصاً مسؤولاً في السلطة أمام المحاسبة؟ حيث يعتبر ذلك السؤال هام جداً، لأنه يفصل بين أفكار الأفلام الوثائقية العادية، والتحقيقات الاستقصائية، والنصيحة هنا أن يقوم الصحفي بتقسيم هؤلاء الأشخاص إلى قسمين: خاص وعام (المتهمون من القطاع الخاص، وربما يكون مدير مصنع يقوم بتعذيب العمال، أو مدير شركة يرتكب أعمال مخالفة للقانون) أما (المتهم من القطاع العام ربما يكون شخصاً مسؤولاً في الدولة عن خطأ ما يحدث)، وبالتالي "فأغلب الأفكار التي تأتي تركز على القطاع الخاص"، لكن ما يبحث عنه "بيركينز" دائماً الأفكار من النوع الآخر التي تتهم السلطة وتبين الفساد فيها.

ثانياً: هل تثير الفكرة اهتمام عامة الناس؟ ويقصد بذلك هل هذه الفكرة حقاً مهمة؟ فالتحقيقات تكلف الكثير من النفقات، وذلك يتطلب التفكير جيداً في أهمية الفكرة قبل البدء في تنفيذ أي خطوة، وعلى درجة الأهمية نفسها التي يتطلب إدراك الصحافي لأهمية فكرته قبل البدء في أي مغامرة جديدة قد تعرض سلامته للخطر.

ثالثاً: من الأشخاص الرئيسيين في القصة؟ حيث يمكن أن تكون الفكرة مثيرة للاهتمام، لكنها لا تتصل مع الجمهور إنسانياً، خاصة إذا كانت الفكرة تتناول مثلاً الأرقام والإحصاءات الضخمة، فمهمة الصحفي أن يحيي تلك القصة بالبحث عن أشخاص حقيقيين وراء تلك الأرقام.

- **ديرمود جيفريز/ مدير برامج التحقيقات، الجزيرة الإنجليزية:** والقرار الأول لموافقته على إنتاج التقرير سواء كان سرياً يعتمد على الكاميرا الخفية أو غير ذلك، حال كانت القصة ذات أهمية واضحة، ولها صلة بالأحداث الجارية، وهنا ينصح "جيفريز" الصحفيين الذين يريدون التعاون معهم، عبر إرسال أفكارهم، بتوضيح أدلة تؤكد صحة فرضية تحقيقهم، إضافة إلى توضيح كيفية الوصول، وإتاحة المصادر التي تساعد على إتمام القصة، وعليه يقول: "أحيانا نقسو كثيراً على صانعي الأفلام عندما يأتوا إلينا بأفكار جديدة، لكن في النهاية يكون ذلك في صالح جميع الأطراف، لأننا نضمن بأن القصة تسير على خطى سليمة"، ولإرسال الفكرة الأمر في غاية السهولة، فكل ما يتطلبه النجاح في ذلك ليس أطول من ثلاثة فقرات، توضح الخطوط العريضة للفكرة، وإذا تمت الموافقة عليها ستلزم حينها بكتابة مذكرة أكثر تفصيلاً عن المشروع، ويجب أن تحتوي تلك المذكرة على أهم الأشخاص الذين تريد تصويرهم في الفيلم، وخطة الوصول إليهم، ليس فقط من خلال إجراء مقابلات شخصية بل

أيضاً عن طريق مشاهد أخرى سرية وراء الكواليس، إلى جانب تقدير تقريبي لتكلفة المشروع، ليبقى الأمر الحاسم حسب "جيرفيز" موضوع القصة".

- **ديما ترحيني/ مقدمة الأخبار الرئيسية، DW القناة الألمانية "دوتش فيلي بنسختها العربية:** التي تشير إلى بعض الحيل والتفاصيل التي قد تبدو بسيطة لكنها تهم فريق " DW بقدر ما يهمهم مضمون الفكرة. حيث تقول: "إن 90٪ من الأفكار لا نستطيع قراءتها ليس تكبراً منا، لكن نظراً لضيق الوقت، وكثرة ضغوط العمل، خاصة أن طريقة تقديم الأفكار لا تجذب اهتمامنا بدرجة كافية، لذا تقترح البحث الجيد لمدة لا تقل عن أسبوعين عن هوية البرنامج الذي تريد التعاون معه، وطريقة تناوله، وما أهم القصص التي يركز عليها، مع أخذ الوقت الكافي في التفكير عن طريقة تقديم الفكرة، وحال تطلب الأمر مراسلة صحافي لمحطة لتبني تحقيقه، تنصح أن يضع المحقق في عنوان الرسالة شيئاً يثير اهتمام المحرر، ويجب أن توجه رسالته لاسم واضح بدلاً من «إلى من يهمه الأمر»، ثم تقديم النفس للشخص الذي يريده باختصار، قائلة: "كن صريحاً في خطتك، إذا كانت الفكرة حصرية لهذا البرنامج أو كنت تنوي إرسالها لمؤسسات أخرى، وأخيراً اقترح جدولاً زمنياً تستطيع إنجاز القصة خلاله، وحال تأخر الرد أو لم يصل كن مؤمناً بنفسك وبالفكرة، ومن الأجدر أن تقوم بإرسال رسالة أخرى للمتابعة، فضيق الوقت وضغط العمل ربما يكون السبب".
- **نيلز هانسن/ من STV في السويد:** " إذا كانت فكرتك ضعيفة، فبالطبع لن نقبلها، وإذا كانت جيدة قد لا نقبلها أيضاً! نحن نتطلع دائماً إلى أفكار "عبقرية"، بهذه الكلمات افتتح هانسن مجموعة نصائحه، وأوضح أنهم دائماً يبحثون عن أفكار تضيف للجمهور شيئاً لا يعرفه، ويريدون معرفته، وينبغي معرفته، ولن يستطيعوا معرفته إلا عن طريق شاشتهم، أما أهم التحديات التي تواجه الصحفيين المستقلين عند طرح أفكارهم لدى STV، فهي عدم القدرة على توضيح الفكرة، لذلك ينصح بتقديم فرضية واضحة في جملة واحدة على الأكثر، توضح عبرها الفكرة، ويمكن أن يكون هناك أكثر من فرضية لتنفيذ الفكرة.
- **هانا سترينغ/ من تلفزيون VICE – UK:** لم تخرج النصائح هنا عن التأكيد على أهمية وضوح الفكرة وصلتها مع الأحداث الجارية والمتابعة مع المحرر، إلا أنها تزيد التأكيد على ضرورة وجود خطة توضح كيفية إتاحة المصادر، مع عدم المخاطرة، لأن هناك سعي من المؤسسات المختلفة لإيجاد صحفيين مستقلين من المناطق المحلية تحقق لهم في الأماكن التي يصعب الوصول إليها، لإيجاد تلك القصص.

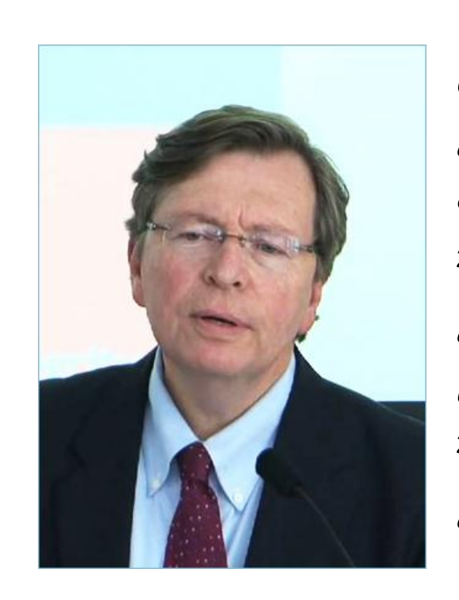
إنتاج التحقيقات والتقارير الاستقصائية المرئية حسب استطلاع شبكة الصحفيين الدوليين:



في البداية يأتي الاقتراح بفرضية معينة للتحقيق يسعى فريق العمل المكلف بأن يثبتها، وكما يقول ياسر الزيات المدير التحريري لفريق استقصائيي قناة "أون تي في": "لا يمكن أن نخرج بتحقيق دون أن تكون الفرضية مثبتة إثباتاً كاملاً، وبعد الاستقرار على صياغة الفرضية، في شكل عنوان وملخص سريع، يتم التأكد منها بشكلها الأولي، لتبدأ رحلة البحث والتحقيق، حيث يستغرق الصحفي المحقق بعدها أسبوعاً كاملاً في البحث فقط والإعداد للتحقيق، في حين يقوم الفريق بعد ذلك بإرسال تصوّر مبدئي للميزانية المطلوبة للإنتاج، وفقاً لحدّها الأقصى، ثم يقومون بإعداد خطة التصوير التفصيلية، وبعدها يشرعون في التصوير الفعلي والذي يأخذ عادة أسبوعاً، قبل أن يأتي الأسبوع الثالث لتبدأ عملية المشاهدة لما تمّ تصويره وتفريغ جميع الصور واللقاءات على الورق، استعداداً للمونتاج المبدئي، وبالتالي ما يحتاجه التحقيق على أقصى تقدير في تلك المرحلة "شهر واحد".



أثناء إنتاج التحقيقات أو التقارير الاستقصائية ثمة عدد من التحديات تواجه الفريق في الوحدة، فبجانب كون عملية الإنتاج التلفزيوني في حدّ ذاتها أمراً مركباً، وليس سهلاً، فإن تعنّت عدد من المسؤولين في التسجيل مع الصحفيين يقف كعائق آخر، إلا أنه بمرور الوقت سيبدأ "المسؤولون في التجاوب، وهم يقومون بإجراء مداخلات هاتفية بعد عرض التقرير على التلفزيون"، ولعل الحل الأمثل لصحافة التحقيقات البصرية، تقديم "صحافة عمق بشكل عام"، وليس فقط صحافة استقصائية، والتحوّل إلى نموذج "صحفي الفيديو" الواحد الذي يستطيع أن ينتج التقرير من بداية الإعداد والبحث وحتى مرحلة المونتاج المبدئي.



وفي السياق ذاته تعرض شبكة الصحفيين الدوليين أساسيات التحقيق المرئي أو التقرير الاستقصائي المرئي وفق تجربة الصحفي الاستقصائي الأميركي تشارلز "تشاك" لويس/ كاتب تحقيقات ومراسل استقصائي محلي، ورئيس التحرير التنفيذي في منظمة "ورشة عمل التغطية الصحفية الاستقصائية"، وعمل سابقاً كمنتج في برنامج أي بي سي نيوز، ومنتج لبرنامج 60 دقيقة في سي بي أس نيوز، كما شارك في تأسيس مركز النزاهة العامة، لتختاره موسوعة الصحافة على أساسها كأحد أبرز 30 مراسل صحفي استقصائي في الولايات المتحدة منذ الحرب العالمية الأولى، واستناداً إلى خبرته يقول "لويس" أولى "أساسيات التقرير الاستقصائي" إيجاد فكرة خلاقة، تستحق وقت الصحافي، كما يعرض "الموارد والأفكار على الإنترنت لإيجاد البيانات والتقارير"، مقدماً مواقع عدة تساعد في إيجاد المصادر والتقارير، التي تعتبر هامة للبحث الاستقصائي، قبل الشروع بالكتابة، وإجراء المقابلات، مشيراً إلى أن كل ذلك خطوة قبل التفكير بالعمل المرئي، والسرد البصري.

مدرسة "جوليان شير" في قناة سي بي سي الكندية: أجّل مهمة التوثيق وابدأ بسرد الحكاية":

تنقل مروة العقاد عن جوليان شير، كبير الصحفيين الاستقصائيين والمنتجين في قناة سي بي سي الكندية في ورشته التدريبية في مؤتمر أريج الثامن للاستقصائيين العرب قوله: "ما دمنا نميل إلى القصص بالفطرة، فلماذا نتجنب استخدامها في عملنا الصحفي؟" ليذكر الصحفيون بأن السرد القصصي بكافة عناصره هو الأسلوب الأفضل والأقوى لنجاح أي عمل صحفي، ولبقائه على قيد الحياة أطول مدة ممكنة، ومن المهارات التي يعرضها "شير" كمبادئ تساعد على إتقان السرد القصصي، ما يلي:

عناصر السرد القصصي:

- الشخصيات.
- المشاعر.
- الحبكة والصراع.
- البداية، المنتصف والنهاية.

حروف C الأربعة:

كل رحلة تحقيقية أو استقصائية متكاملة مبنية على حروف C الأربعة:

1) Character/ الشخصية: وَصف عنها، الدخول بتفاصيل تظهر حالتها والبحث عن شيء بارز فيها.

2) Context/ السياق: البدء بالشخص ثم وصف مكانه ووضعه والزمان وأين هو وما هي حالته.

3) Conflict/ الصراع: إن لم يكن هناك صراع فلا يوجد معنى للقصة.

4) Conclusion/ الخاتمة: لا بد من وجود خاتمة تلخص النتائج ويظهر فيها نوع من المساءلة.

ولتتأكد أنك استوفيت كافة النقاط السابقة، حضّر أربع أوراق قبل البدء بالعمل، وخصص كل ورقة لنقطة، بحيث تسجل عليها كل ما يخصها، أولاً بأول.

كيف تبني هيكلية قصتك الصحفية؟

1. المقدمة/ الافتتاحية: يجب أن تحتوي على جمل تشدّ المشاهد وتقوده إلى الحكاية بكل إثارة.
2. تفاصيل واقتباسات: شدّ الانتباه أكثر عن طريق الدخول بالتفاصيل وجلب الاقتباسات.
3. تلخيص الأحداث: ذكر "صلب الموضوع/ المحتوى الأساسي"، وتوضيح أسباب أهمية متابعة القصة.
4. تصاعد الأحداث: الإخبار عن تبعات القصة وسرد باقي تفاصيلها.

ما الذي يضيف أهمية لقصة التحقيق التلفزيونية:

1. الذروة وتصاعد الأحداث.
2. الدخول بالتفاصيل، بحيث يشعر المشاهد بأنه جزء من الحدث، وأن تملأ القصة كافة حواسه.
3. عنصر المفاجأة، وهو أمر هام جداً ويغيب عن معظم الصحفيين، بحكم الطابع الجدي الذي يغلب على طريقة تعاملهم مع الأحداث.
4. إدخال حس الفكاهة في بعض الحالات.
5. الحرص على وجود نوعين من الشخصيات (أبطال الحكاية والأشرار الذين يسببون لهم المشاكل).
6. معرفة ما يشدّ انتباه المشاهد والبدء به.

ما الذي يجعل القصة الصحفية جيدة

1. وجود شخصيات مثيرة والتركيز عليها، أَعدْ شخصياتك للحياة إن كانت متوفاة.
2. اختلاف الشخصيات خلال السرد، فيجب أن يكون للقصة أكثر من طرف: طرف مؤثر وآخر يحدث له (متلقي)/ فعل وردة فعل.

3. إبقاء الشخصية طيلة القصة الصحفية، حيث يقع كثير من الصحفيين بفخ قتل الشخصية، فيذكرونها في البداية ثم ينسونها، مع العلم أن إبقاءها سيجعل القصة واقعية أكثر وسيحافظ على عنصر المفاجأة.
4. بناء القصة الصحفية كرحلة تحرّكها وشخصياتها ومتابعة الشخصيات بكافة تفاصيلها.
5. أن تكون الحبكة مثيرة ومفاجئة.
6. أن يكون السرد واضحاً ومفهوماً، عبر استخدام لغة بسيطة.
7. الدخول بكافة التفاصيل، كأنك تسرد لطفل صغير.
8. لا بد من وجود عنصر المساءلة والتحقيق.
9. الحفاظ على أسلوب السرد القصصي، ولكن، لا تنسَ أنك كصحفي تهدف بنهاية عملك إلى إيجاد الغضب والصدمة.
10. لا تكن بطل السرد، اجعل شخصياتك، بمختلف أطيافها، تسرد القصة الصحفية.
11. استخدام كلمات مثل (بينما، لكن، في، ...) لإعلام وتأهيب المشاهد بأن الموضوع تغير.

الأفضل والأقوى حسب "شير:

أيهما أفضل، البحث ثم الكتابة أم العكس؟ ينصح بالبدء بسرد الحكاية التي وصلتك، ثم البحث عن امتداداتها ومسبباتها.

أيهما أقوى، البدء بالنتيجة أم الحفاظ على عنصر المفاجأة؟ يجب ضرورة إبقاء عنصر المفاجأة طيلة القصة الصحفية، وبناءً على ذلك، يفضل عدم ذكر النتائج التي توصل لها تحقيقك في البداية، لكن هل هذا ممكن؟ والجواب أنك قد لا تستطيع دوماً فعل ذلك، فهناك أحداث توجب عليك البدء بنتائجها، لكنك تستطيع مفاجأة المشاهد باستمرار الحكاية، وباختصار أن لا تفاجئه بشكل كامل في البداية، أعطه نصف المفاجأة وادفعه ليكمل الحكاية، وهكذا ستخرج بتحقيق استقصائي مشوّق وستطبع بصمتك في أذهان المشاهدين.

خامساً: قواعد شاملة (أساسيات التحقيق السردي البصري في التلفزيون)



إن التدريب على القواعد العامة للسرد البصري التحقيقي، يتطلب مراعاة مجموعة قواعد شاملة في هذا المجال، تتضمن قواعد كتابة النص التلفزيوني، ومبادئ إعداد النصوص المصورة، ومسببات نجاح السرد البصري، إلى جانب مؤثرات السرد البصري الفعالة وغير الفعالة، وقواعد التعليق الصوتي التحقيقي، مع عرض قواعد ظهور المحقق التحقيقي، والوقوف أمام الكاميرا، ومتطلبات التحقيق البصري واحتياجاته، ومخطط التحقيق السردي البصري، إضافة إلى قواعد المقابلات ضمن التحقيق التلفزيوني، والمحظورات الأخلاقية للصورة الإعلامية و التحقيقية في التلفزيون، والتي ستعرض وفق ما يلي:

أ- مبادئ إعداد النصوص المصورة وأسباب نجاح السرد البصري في التلفزيون:

1. مراعاة القواسم المشتركة للمضمون الحرفي، سواء في التحقيق أو العمل الاستقصائي أو الإخباري، المتمثلة بالدقة، وعدم الانحياز والموضوعية قدر الإمكان، والجرأة في الطرح.
2. وجود الصحفي في الميدان للتحقق من المعلومة، وما تصوره الكاميرا.
3. محاولة الحصول على معلومات كافية قبل الذهاب إلى ميدان المهمة.
4. وضع تصور لهيكل القصة الأولي قبل الشروع في العمل باستخدام الحس الصحفي.
5. إعداد تصور للقطات التي قد تحتاج إليها قبل التوجه إلى الميدان.
6. التفكير في الأسئلة الرئيسية التي ستسألها للشهود والضحايا والمسؤولين (للمصادر البيضاء والسوداء والرمادية)، "وهي جزء من عناصر القصة الرئيسية".
7. التنسيق الكامل مع فريق العمل في الميدان، وأيضاً مع ذاك الموجود في مقر المركز.
8. إعطاء إيجاز للمصور عن طبيعة المهمة سلفاً، قبل الانطلاق أو أثناء التوجه إلى موقع الحدث.
9. التأكيد على المصور المرافق بعدم حمل الكاميرا على الكتف، واستخدام الحامل الخاص بها حرصاً على الحصول على صورة غير مهتزة، تلحق الضرر بالشكل العام للتقرير، ولا يجوز

استخدام الكاميرا على الكتف إلا في حالات الضرورة القصوى، وتذكر أن أحد مهامك حمل قاعدة الكاميرا إذا لم يكن هناك من يساعد المصور.

10. في حال التصوير الخفي تأكد من وضع الكاميرا (بغض النظر عن نوعها كقلم أو زر قميص أو بورتريه مفاتيح...) في حال يسمح بالتصوير الواضح، وكذلك لا يمكن اكتشافها، وستبقى المشكلة الأهم في هذا المجال مراعاة وضع الكاميرا بحيث يسمح للمايكرفون بالتقاط الصوت واضحاً، وإلا اضطررت لأجهزة صوت خفية مرافقة أيضاً.
11. توجيه المصور في الميدان لزوايا معينة تحتاجها في التحقيق، قد لا تخطر له على بال، وعدم الركون إلى ما يلتقطه من صور بشكل انتقائي فردي وارتجالي، لأنك أنت قائد العمل والصحفي، وأنت من يعرف طبيعة العمل، وأنت من يختار عناصر القصة، وذلك خدمة لنتيجة التقرير النهائية ونجاحه، لكن بالمقابل تذكر أن مهارة المصور وحرفية تخصصه يلزم عليك الاستماع لنصائحه، وأحياناً أوامره فيما يتعلق بالظل والنور، وبعض تقنيات التصوير.
12. استخدام جميع عناصر الوقائع الممكنة في معالجة القصة.
13. وضع الصورة الأقوى في اللقطة الأولى "قدر الإمكان" لإحداث الصدمة إذا توفرت أو لجذب المشاهد، فالصورة الأولى إلى جانب الصوت أحياناً تلعب دوراً حاسماً في اصطياد المشاهد، وضمان متابعته للقصة على الشاشة.
14. عدم شرح الصورة للمشاهد وتركها تتكلم عن نفسها قدر الإمكان، وهذا يتطلب الاختصار في النص.
15. التأكد من تسجيل الخاتمة أو النقلة الوسطية "BRIDGE" التي يظهر فيها المحقق الصحفي في مكان الحدث لغرض تحقيق عنصر المصداقية (الستاند).
16. التأكد من وجود قائمة للقطات المناسبة لوضعها على النص المقروء، مع تحديد توقيت بداية ونهاية كل لقطة، وتدوين رقم الشريط، خاصة إذا كان لديك مادة فلمية طويلة؛ حيث سيساعدك ذلك ويساعد المونتير "مقطع الصور" على إيجاد اللقطات بسرعة، وبالتالي إنجاز العمل في وقت أسرع عند تنفيذه فنياً.
17. الإشراف الكامل على المونتاج، فالصحفي هو صاحب التقرير والمسؤول الأول عنه.
18. الحرص على تحقيق السبق والحصول على معلومات لم تحصل عليها جهات منافسة "قدر الإمكان"، وبالتالي جودة المضمون فغرفة الأخبار تختلف عن قسم التحقيقات، وخاصة فيما يتعلق بإيصال التقرير إلى غرفة الأخبار بالسرعة القصوى، بينما يبقى في التحقيق المحرر المسؤول عن قرار عرض القصة في الوقت المناسب.

19. مراعاة الذوق العام، ومراعاة العنصر الإنساني في اختيار الصور، وضمان عدم جرح مشاعر الجمهور.

ب- نصائح في كتابة النص التلفزيوني (الكتابة للصورة):

ثمة خطوط إرشادية وقواعد عامة وليست ثابتة أو مطلقة، يمكن تقديمها لكل من يعمل في مجال السرد البصري للتليفزيون وتحقيقاته وتقاريره سواء الاستقصائية أو الإخبارية، ومن أهمها:

1. تذكر أن الكتابة للصورة (العين) مختلفة عن الكتابة للأذن، كالعرض المسرحي الذي يعتبر كاتبه فاشلاً إذا جلس الجمهور في قاعة العرض، وأغمض عينيه، ومع ذلك فهم كل شيء، فمثلاً إذا قلت لقد فعل علي عبد الله صالح (الخير).. أو (السوء) في اليمن، فهذا لا يصلح للنص المرئي، بل لتعليق صحفي سطحي الرأي، أما تلفزيونياً، فكيف ستتغير الأمور.. ببساطة سيقول النص هنا: هذا ما فعلت اليمن بعلي عبد الله صالح.. وهذا ما فعله علي عبد الله صالح باليمن، ومع الجزء الأول (**ماذا فعلت اليمن به**) أعرض سواء: (السوء: صور يديه محروقتين إثر انفجار مسجد قصره الرئاسي) فأقول دون أن أقول فعلت هي به سوءاً، أو (الخير: صوّر محمولاً على الأكتاف تقديراً له) فأقول دون أن أقول فعلت هي به خيراً، وفي الجزء الثاني (ماذا فعل هو باليمن) أعرض سواء (السوء: صور قذائف وقصف على المدن المهدمة) فأقول دون أن أقول فعل هو بها سوءاً، أو (الخير: صور الازدهار والمصانع) فأقول دون أن أقول فعل هو بها خيراً.. بمعنى دع الصورة تقول.. إنها سر صنعة الكتابة للصورة (التلفزيون).
2. بشكل عام، وظيفة النصوص هي إيصال الحقائق والأرقام، بينما وظيفة المقابلة إيصال الرأي والموقف والعاطفة والنوادر والأمثلة، وهذه ليست قاعدة مطلقة، لكنه مبدأ مفيد.
3. ليكن نصك قصيراً، فأنت لا تكتب مقالاً لصحيفة، وفي التلفزيون، الصورة هي التي تحكي القصة...، وهنا يجب أن يكون طول نص التحقيق التلفزيوني بين ثلث أو نصف الطول الإجمالي للتحقيق الصحفي، ويترك الباقي للمقابلات، التي تثري العمل وتعطيه مصداقية، وتترك أصحاب الشأن يتحدثون عن أنفسهم.
4. كل فقرة من النص يجب أن لا تزيد في العادة عن عشرين ثانية، فإذا كانت أطول من ذلك استخدم وقفة قصيرة (لثانيتين أو ثلاث ثواني) بالصوت الطبيعي، وتذكر أنك تغذي معلومات المشاهدين، فلا تعطهم أشياء لا يمكن هضمها.
5. لتكن الجمل التي تستخدمها بسيطة، فإن فن كتابة النص التلفزيوني الجيد يعني كتابة جملٍ بسيطة دون تبسيط أو تسطيح، وحاول تجنب استخدام الجمل الاعتراضية، فالتلفزيون وسيلة تستخدم جملاً قصيرة، مثال: "أحمد صحفي تلفزيوني.. وهو يعيش في دمشق.." هذه الطريقة

أفضل من " أحمد الذي يعيش في دمشق، يعمل صحفياً تلفزيونياً.."، وبالتالي الجمل القصيرة أسهل أيضاً عند إعادة ترتيبها عندما تضطر لتغيير الكلمات كي تناسب الصورة.

6. لا تستخدم الكلمات ذات المدلولات المتعددة، فالكلمات لا تعني معناها، بل تعني ما هدف قائلها لمعناه، فإذا قال المحرر مثلاً: "دعونا نسمع"، فهذا قد يعني "أنصتوا ولا تنطقوا ببنت شفة، كي نسمع".. وربما يعني بشكل مضاد "تحدثوا بصوت مرتفع كي نسمع".
7. لا تستخدم كلمات عامية، لكن استعمل اللغة الفصحى العادية التي يفهمها الناس العاديون، فالكلمات التي تستعملها يجب أن تكون من لغة التخاطب، وليس اللغة الأدبية أو الشعرية المقعرة، وتذكر: أنت تتحدث مع المشاهد ولا تكتب له رسالة.
8. يجب أن لا تكون الإحالات مبهمة، والمسافة بين المحال والمحالِ إليه قريبة، فإذا قلت: **قال** المتهم بخطف الطفلين تحت تهديد السلاح الأب جاكسون الذي فارق الحياة إثر نوبة قلبية بعدما لم يحتمل قسوة الاتهامات الموجهة من الطفل الأكبر وصراخ والداته المطالبة بإنزال أقصى درجة من العقاب على الأب غير الإنساني: "**أنا لم أرَ هذين الطفلين في حياتي، حتى أنني لا أملك مسدساً بالأصل**)، وهنا تصبح المسافة بين من قال (المحال) وماذا قال (المحال إليه) 17 كلمة، ما يجعلني أضطر لتكرار كلمة قال، فتصبح قال .... قال، وهي أسوأ جملة غير لغوية تتردد كثيراً في القصص التلفزيونية وتحقيقاتها، أو حتى الإخبارية، تجعل "سيبويه" –مجازاً– يتقلب في قبره لانتهاك فصاحة الجملة، ما يعني إعادة القول بالشكل الأفضل ليصبح: **قال** المتهم بخطف الطفلين تحت تهديد السلاح الأب جاكسون: "**أنا لم أرَ هذين الطفلين في حياتي، حتى أنني لا أملك مسدساً بالأصل**)، ثم أورد الوقائع الخاصة: "فارق الأب جاكسون راعي كنيسة القديس لوقا الحياة إثر نوبة قلبية، بعدما لم يحتمل قسوة الاتهامات الموجهة من الطفل الأكبر وصراخ والداته المطالبة بإنزال أقصى درجة من العقاب على الأب غير الإنساني.
9. لتكن لغتك محايدة من الناحية السياسية والعاطفية، مثلاً: "إرهابيون، مقاتلو الحرية، فدائيون.." كلها كلمات تشي بالانحياز، استخدم كلمة تصف ما تريده دون أن تبدو منحازاً، أو صاحب موقف مما يجري.
10. تجنب استخدام الصفة والظرف فهذه كلمات وصفية، والصورة تقوم مقامها بالوصف، لذلك دقق في نصك بحثاً عن الصفات، وكلما وجدت صفة، اسأل نفسك إن كانت ضرورية أم لا.
11. لا تقم بوصف ما هو واضح في الصورة...وهذا يدعى بانتقام (المسموع من المرئي)، فحسب أمثلة "مدرب BBC/ فرانك آش": لا تقل لي ما أراه بعيني، ولكن قل لي لماذا أراه..، ولا تخبرني أن "المسؤول وصل في سيارة مرسيدس كبيرة سوداء مع موكب من أربع دراجات نارية" ما دمت أنا أرى ذلك على الشاشة.

12. أحياناً "الصور تتحدث عن نفسها". (إن كان كذلك.. دعها تتحدث، فحسب مراسل الحرب السابق في BBC/ مارتن بيل) هناك أوقات يكون فيها أفضل نص هو "عدم وجود نص"، فتعلم أن "تكتب صمتاً".

13. الإشراف الكامل على المونتاج، فالصحفي هو صاحب التحقيق والمسؤول الأول عنه.

14. لا تخف من طرح أسئلة اعتراضية...، إن مخاطبتك للمشاهدين مباشرة يجذب انتباههم...، فعلى سبيل المثال: "إذن، كيف تخطط الحكومة لتخفيف حركة المرور؟ كيف تخطط الحكومة لزيادة أجور الموظفين؟

15. احفظ الصور في ذاكرتك، وأنت تكتب الكلمات، كما لو أن آلة عرض سينمائية مثبته داخل رأسك.

16. إذا وقع خلاف بشأن حقائق أو أرقام معينة أو إذا لم يتم التأكد منها، فانسبها إلى مصدر محدد، فعلى سبيل المثال: "وفق مصادر الأمم المتحدة."

17. عادة اللقطة في النص التلفزيوني قصيرة وليست طويلة، والبعض يقول أنها لا يجب أن تتجاوز 3 ثوان كحد في الحالات الطبيعية المعتادة.

18. اكتب المقدمة (إذا كان سيقرأها المذيع) أولاً قبل أن تبدأ كتابة نص التحقيق، سيساعدك ذلك في التركيز على القصة، ولن يجعل أول فقرة منه تكراراً لما قاله المذيع قبل قليل في المقدمة، وقد يقوم المحرر بتعديلها، لكنه سيكون شاكراً لك إذا ساعدته في كتابة المقدمة، "وتذكر دائما أنك الشخص الذي يعرف تفاصيل القصة أفضل مما يعرفها أي زميل غيرك، فهي قصتك أنت".

19. حاول تبسيط الأرقام باستخدام العبارات بدلاً من الأرقام والنسب، فبدلاً من القول 54% يمكنك القول "أكثر من النصف"، أو حتى "النصف تقريباً"، وبدلاً من 72% يمكن أن تقول "حوالي ثلاثة أرباع" أو "سبعة أعشار تقريباً". لكن عندما تكتب عن نتائج انتخابات أو استطلاعات للرأي، يجب عليك أن تذكر الأرقام أو النسب بالضبط، وبشكل محدد واضح.

20. قل شيئا محدداً، ولا تقل أشياء فيها تعميم، فأنت صحفي ولست شاعراً.

21. عندما تقابل شخصاً ما، احذر أن تقول في نصك ما سيقوله الضيف في المقابلة بعد قليل.

22. الفقرة الأخيرة من النص هي الأصعب، لأنك قبلها تكون قد قلت كل ما تريد قوله تقريباً، كما يمكن استعمال خدعة مفيدة، وهي أن تنظر إلى المستقبل، أي أن تقول شيئاً عن كيف ستتطور القصة، أو الحدث، خلال الأيام القادمة، أو الأسابيع، أو الشهور، أو السنوات القادمة، فالتأمل المبني على المعلومات مسموح به.

23. عندما تنتهي من الكتابة، دقق بكل كلمة للتأكد من الحقائق، وانتبه بشكل خاص إلى الإشارات الزمنية: "غداً"، "هذا الأسبوع"، "الشهر القادم".

24. عندما تقوم بتسجيل نصك، ليكن ذلك بطريقة معتدلة، لا سريعاً ولا بطيئاً، وتذكر: الإلحاحية والأهمية يمكن إيصالهما عن طريق نبرة الصحفي، وليس عن طريق سرعة الإلقاء.
25. حاول أن تقرأ نصك دائماً بصوت مرتفع قبل التسجيل، وإذا كان النص يبدو رتيباً، أعد الكتابة، وإذا كنت تستعمل عبارات أو كلمات يصعب قراءتها، أعد كتابة تلك الكلمات.
26. تذكر أن نصك يجب أن ينطبق على الصور، ويتناغم معها، واستفد من الصوت الطبيعي قدر ما استطعت، وإذا كان لديك خيار بين تغيير الكلمات، أو تغيير الصور، حاول أولاً أن تغير الكلمات.

ج- الأقوى تأثيراً والأقل تأثيراً في السرد البصري للتحقيق:

- المحددات الأقوى تأثيراً:
  - دليل بصري Visual Proof.
  - مقابلة مواجهة Confrontation interview .
  - مخاطبة المشاعر Talking to Feelings.
  - الكاميرا الخفية – الإفصاحات Hidden camera – disclosures.
  - العملية – اتبع الصحفي Process – follow the reporter.
- المحددات التي لا تنجح في التأثير:
  - الخبراء Experts.
  - المقابلات الطويلة Long interviews.
  - الإحصاءات المعقدة Complicated statistics.

د- قواعد السرد البصري للتحقيق التلفزيوني:

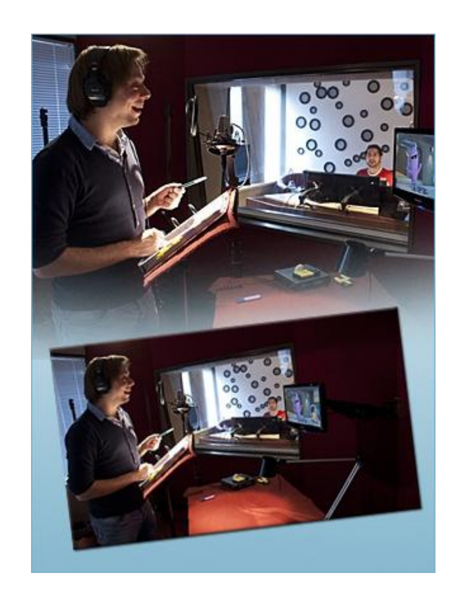
- اللقطات التسلسلية Sequences.
- لقطة واسعة Wide shot.
- لقطات تركز على عنصر واحد (كلوز اب Close up).
- زوايا مختلفة Different Angels.
- عالج Process.
- أعط انطباعاً بوجود العديد من الكاميرات Feeling of many cameras.



هـ – قواعد التعليق الصوتي في التلفزيون:

- بشكل عام لا تستخدم التعليق الصوتي أكثر من اللازم.
- التعليق الصوتي: (أين، ومن، وماذا، ولماذا)؟ أسئلة يحمل إجاباتها.
- يخلق التعليق الصوتي ربطاً سلساً عندما تكون هناك قفزة في الزمان والمكان.
- يركز التعليق الصوتي على الشيء المهم في الصور التي تعرض.
- يبين التعليق الصوتي أهمية ما يعرض.
- يعطي التعليق الصوتي المعنى لما يعرض لكن لا يفهم.
- التعليق الصوتي: أصمته عندما تتكلم الصورة.

و – لغة التعليق الصوتي في التلفزيون:



- اكتب تعليقا قصيراً ومختصراً.
- اكتب باللغة التي تتحدث بها، وليس بالطريقة التي تكتب فيها.
- استخدم الأفعال بصيغة المبني للمعلوم، واستخدم صيغة الفعل البسيطة والمفردات الأسهل، (مثلاً: اشترى وليس ابتاع).
- احذر من عدوى لغة المصدر.
- احذر من استخدام أرقام وحسابات كثيرة، مثلاً: (ثلاث أرقام بالحد الأقصى لكل قصة).

ز – قواعد ظهور المحقق في التحقيق التلفزيوني:



- حضر الزوايا – فكر بالخلفية.
- من الممكن أن يستخدم ظهور المحقق للانتقال بالقصة.
- التحدث بلغة سهلة التذكر.
- على المحقق حين ظهوره توضيح النقاط الأساسية.
- استخدم كذلك لغة الجسد للتعبير.
- عليك إضافة البعد الثالث
- بظهورك إلى جانب الصوت والصور المرافقة.

- أدِ كما لو كنت ممثلاً، فالكاميرا صديقتك.

ح- قواعد الوقوف أمام الكاميرا: Piece-to-camera



- كن صريحاً مع نفسك ومع مشاهديك: فهل ما تقوم به عمل مهم وضروري أم أنها فرصة لك لكي تظهر ويراك أهلك وأصدقاؤك؟.
- تذكر أن الوقوف أمام الكاميرا ينقل اهتمام المشاهد من الموضوع الذي تطرحه في التحقيق إليك شخصياً، فحاول أن يكون أحد أطراف الجسم (اليمين أو اليسار) أقرب إلى الكاميرا من الآخر، كي يضفي بعداً أفضل "حسب موقعك داخل الكادر".
- إذا أردت أن تقوم بالتصوير، وأنت تمشي، فتذكر أن تبدأ المشي قبل أن تتكلم، (مثلاً خطوتين فقط قبل الكلام)، كي يتناغم إيقاع كلامك مع إيقاع مشيتك، وهذا يبدو أكثر عفوية.
- أن يتضمن كلامك أمام الكاميرا معلومة أو معلومات جديدة، لم يتم ذكرها في نص التقرير الذي قمت بإعداده، ولا يخرج عن إطار القصة.
- حاول قدر الإمكان أن تكون الملابس التي ترتديها متناسبة مع طبيعة الحدث أو القصة، التي أنت بصدد إعدادها، فعلى سبيل المثال: "لا يمكن لصحفي أن يتحدث في تحقيقه عن قبائل صحراوية، ويعرض صوراً فيها الكثير من الملابس البدوية التقليدية، ورؤوس الماشية وحياة البداوة العامة، بينما هو يرتدي لباساً رسمياً، وربطة عنق"!!, كما لا يمكن ارتداء قميص شبيه بقميص الرياضيين، بينما تتركز القصة علي اجتماعات رسمية، كلقاء رؤساء دول أو اجتماعات برلمانية أو وزارية.

ط- مخطط القصة التلفزيونية: Web TV- Story board

هناك نظريتان محل خلاف بشأن الكتابة التلفزيونية: "الكتابة للصورة أولاً"، أو "كتابة النص أولاً"، وتنقسم محطات التلفزيون المختلفة في العالم بين من يعتقد بأن الكلمة أكثر أهمية عند إعداد القصة المصوّرة، وبين من يعتقد بأن الصورة الأكثر أهمية ومن يجمع بينهما بالتساوي، وذلك وفق التالي:

- **الطريقة الأولى: الكتابة للنص أولاً:** حيث يكتب الصحفي النص (في العادة بعد استعراض الصور الخام المتوفرة)، ويسجله على شريط، تاركاً مساحات لأجزاء من المقابلات أو "المقتطفات الصوتية"...، وبعدها يقوم ممنتج المادة (المونتير) برفقة الصحافي بتقطيع الصور حسب النص الذي سجله الصحفي (ثم يضع المقابلات والمقتطفات في المساحات المحددة لها)، وبمعنى آخر يتوجب على المونتير وضع

الصور لتكون متناسبة مع النص والكلمات، وإذا كانت الصور أطول من النص فيجب تقصيرها، وإذا كانت أقصر يجب تطويلها، وفي هذه الطريقة الإيجابيات: سريعة وسهلة، أما السلبيات: ففي العادة تقطع الصور بشكل اعتباطي، ودون اعتبار لطولها الإجمالي أو ترتيبها، وبشكل عام فإن النص يكون طويلاً جداً، ويقارب طول الصور تقريباً.

- **الطريقة الثانية: الكتابة للصورة أولاً:** حيث يتم إعداد وتنسيق الصور أولاً، ثم يقوم الصحفي بكتابة النص ليناسب تسلسل الصور التي قطعها المونتير، وأخيراً يقوم بتسجيل نصه وفق الصور، وفي هذه الطريقة الإيجابيات: تتجلى بأن الصور تأخذ حقها، وتعطى قيمتها الجمالية كاملة، فالتلفزيون قبل كل شيء وسيلة إعلام بصرية، وبشكل عام يظهر التحقيق أكثر مهنية وصقلاً، أما السلبيات: فعملية كتابة النص تأخذ وقتاً طويلاً، وتحتاج لمهارة وتكرار الممارسة لإتقانها.

مخطط الصورة التلفزيونية

بغض النظر عن الطريقتين التي يجب أن تنطلقان من حفظ الصحافي ما لديه من الصور قبل أن يمسك قلم نصه، يتألف عادةً مخطط الصورة التلفزيونية من جدولين، هما الصورة (الوصف)، والصوت (النص)، وفي الجدول الأخير يكون هناك عمود للمتحدث، والموضوع الذي يتحدث فيه، كما يوضحه الشكل التالي:

الصورة (الوصف) Image	الصوت (النص) Text	
	المتحدث Speaker	موضوع الحديث Subject Speaking

ويضمن مخطط القصة في التحقيق التالي:

- تسلسلات Sequences.
- الزوايا الأصلية Original angles.
- اللقطات المقربة الانتقالية Close-ups transition.
- المقاطع الصوتية Sound bites.
- الفعل، وَردّ الفعل Action – reaction.
- اللقطة والحركة Shoot and Move.

ي- احتياجات القصة الاستقصائية المرئية ومتطلباتها :



انتبه - هذا يخصك -انظر -إذن- Hey - You - See - So.

ركز - قصة واحدة فقط Focus - only one story.

المخطط التصويري للقصة Storyboard.

البداية -الوسط -النهاية- Beginning - middle - end.

ارو القصة من خلال الشخوص Tell story through people.

ابحث عن الصور التي تروي القصة Find picture that tell the story.

ابحث عن صور تدعم الزاوية التي تتبناها في القصة Find pictures that support your angle.

ابحث عن أقوى اللقطات الافتتاحية والختامية Find the strongest opening and finishing shot.

ك- الفرق بين سرد قصص التحقيقات والاستقصاءات بصرياً وسردها في أخبار الصحف والتلفزيون:

سرد القصص الاستقصائية البصري **Visual Investigative Storytelling**	أخبار الصحافة والتلفزيون **Print and TV News**
التركيز على المشاعر Feelings	التركيز على الواقع Facts
البداية -الوسط -النهاية Beginning, Middle, End	الأخبار أولاً News first
أشخاص Single persons	إحصاءات Statistics
دليل بصري Visual Proof	اقتباس Quoting

ل- قواعد المقابلة في الاستقصاء التلفزيوني:



تضيف الشواهد والإسنادات الحياة للقصة، وتجعلها أكثر مصداقية وآنية وجاذبية، فكلمات الناس تضيف لون الدراما للقصص، وتجعل جمهورها في قلب السرد البصري، فهي فضلاً عن كونها تساند الاستهلال وتوثق معلوماته، فإنها تمكن المتلقي من سماع ومشاهدة المتحدث، وهذا يجعلها تضفي على القصة البعد الدرامي والإقناعي، وتحمل في الوقت نفسه سحراً جذاباً في حد ذاتها، وأي متلقي يمكن أن يكتشف ذلك حين ما يتنقل من حوار إلى الذي يليه، ولعل هذا ما دفع "سوزان أيجر، "Susan Ager" أستاذة فن الكتابة لتشبه الاقتباسات بتوابل القصة، وليس اللحم أو البطاطس، ما يجعل الاقتباس بمثابة النوافذ الزجاجية الملونة للقصة.

ومع ضرورة الإفادة من خصوصية التلفزيون لنقل الاقتباس بصوت وصورة المسند إليه، بشكل يعطي حيوية ومصداقية، فإن القصص التلفزيونية توفر إمكانية كتابة اسم صاحب الإسناد على الشاشة وصورته، مثل إتاحتها كتابة اسم المكان، وربما لحظة وقوع الحدث.

وبناءً عليه تتسع طريقة عرض التصاريح في التلفزيون عنها في المطبوع الذي "يشمل الاقتباس المباشر (على لسان المتحدث باستخدام ضمير الغائب) والاقتباس غير المباشر (نقلاً عن المتحدث باستخدام ضمير الغائب)، لتشمل بذلك في المرئي:

- إسناد مباشر بصوت المصرح عبر إمكانية الإفادة من الصوت الطبيعي في التلفزيون، ما يجعل القصة أكثر حيوية، ويتضمن متعة وإثارة أكبر للاهتمام، دون التأثير على نص القصة.
- إسناد مباشر لكن يتم تقديمه بصوت المعلق.
- إسناد مباشر لكن يقدم بصوت آخر غير صوت المصرح أو المعلق "صوت المقرر الداخلي".
- الإسناد غير المباشر الذي يقدم في صلب النص بصوت المعلق "مثل الصحفية".

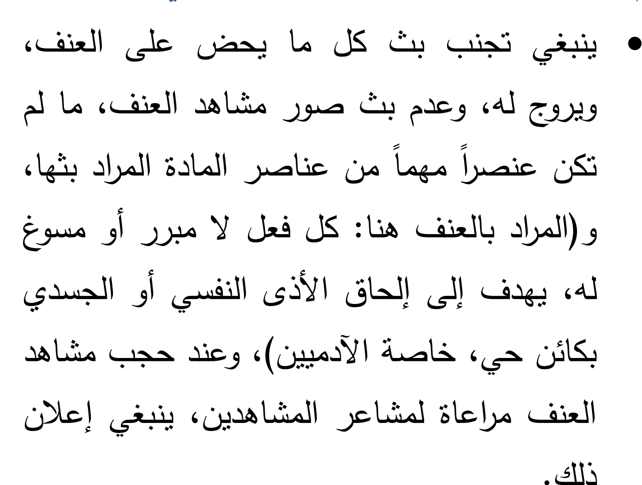
قواعد المقابلة في الاستقصاء التلفزيوني:



- احصل على الاقتباس الذي تريد.
- لا تجرِ البحث على الشاشة.
- تذكر الأسئلة الخمسة.
- اطرح نفس السؤال بصيغة جديدة.
- افصل الاقتباس في رأسك.
- لا تتوقف حتى ترضى عما لديك.
- لا يمكن أن يكون الناس مشغولين لدرجة تمنعهم من إعطائك جواباً مفهوماً.



م- العنف والمحظورات الأخلاقية في الصورة الإعلامية والاستقصائية:





- ينبغي تجنب بث كل ما يحض على العنف، ويروج له، وعدم بث صور مشاهد العنف، ما لم تكن عنصراً مهماً من عناصر المادة المراد بثها، و(المراد بالعنف هنا: كل فعل لا مبرر أو مسوغ له، يهدف إلى إلحاق الأذى النفسي أو الجسدي بكائن حي، خاصة الآدميين)، وعند حجب مشاهد العنف مراعاة لمشاعر المشاهدين، ينبغي إعلان ذلك.
- يجب توخي الحذر الشديد عند التطرق لمواضيع تتضمن مشاهد عنف ضد النساء والأطفال، أو ذات طابع عرقي، أو ديني، أو طائفي، أو تستهدف ذوي الاحتياجات الخاصة، وكبار السن.
- إذا اقتضت ضرورات مهنية بث مشاهد عنف في غير سياق الحروب التقليدية، فعلى مقدمي البرامج تنبيه المشاهدين مقدماً إلى أن هناك مشاهد قد يجدونها غير مستساغة.
- عند تناول مواضيع تتعلق بالجنس والعلاقة بين الرجل والمرأة، يجب تفادي اللغة والصور السافرة، التي تخدش الحياء العام، وعدم عرض مشاهد العري، وإذا اقتضى السياق ذلك، لا يجوز العرض إلا بعد المعالجة الإلكترونية لستر العورات.

- توخي أقصى درجات الحذر لتفادي تمجيد ممارسات تعتبر ضارة بصورة عامة، مثل (التدخين وتعاطي المخدرات والمسكرات).
- عدم إظهار صور نحر الحيوانات، أو قتل الروح الآدمية أو غير الآدمية.

المراجع

- مارك هنتر، يسري فوده، بيا ثوردسون، رنا الصباغ، نيلز هانسون، لوك سنغرز، فلمنغ سغيث، يحيى شقير، محمد قطيشات، سعد حتر، على درب الحقيقة، دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية، ط2، عمان، اليونسكو، 2014.
- جان كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، بيروت، 1986.
- عيسى محمود الحسن، المقابلة والتحقيق الصحفي، عمان، دار زهران، 2013.
- جون أولمان، ترجمة ليلى زيدان، التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 2000.
- محمود أدهم، التحقيق الصحفي، القاهرة، د.ن، 1980.
- دليل برنامج ويتنيس فيديو للتغيير، إجراء مقابلات مع الناجين من العنف الجنسي القائم، على النوع وفقاً لمعايير الأمن والفعالية والأخلاق.
- نبيل الشريف، منال الشريف، التحري الصحفي، ورشة التحري الصحفي، عمان، مركز الأفق الثقافي، 2005.
- عبير محمود، التحقيق الصحفي، الطبعة الأولى، عمان، دار البداية، 2012.
- محمود علم الدين، سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبيري والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفي الأخرى، من كتاب ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، الطبقة الأولى، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010.
- ياسر محمود عبد العزيز وآخرون، ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، الناشر جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية عام 2010.
- أسماء موسى محمد كامل، الصحافة الاستقصائية وصحافة المواطن، جامعة الزقازيق، قسم الإعلام، 2013/2012.
- سيف الدين حسن العوض، الصحافة التفسيرية في مواجهة الصحافة الاستقصائية، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 2008.
- فراس حسين الياسي الموسومة، الصحافة الاستقصائية في العراق، جامعة بغداد، 2010.
- جون أولمان، التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة، ترجمة زيدان، ليلى، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 2000.
- نجوى عبد السلام عبد العزيز فهمي، المعالجة الصحفية لأزمة رشاوى شركة ديلمر بنز العالمية دراسة مقارنة، ملخص بحث مقدم لمؤتمر الدولي " الإعلام والأزمات .الرهانات والتحديات". آلية الاتصال، جامعة الشارقة.

- رنا الصباغ، المديرة التنفيذية لشبكة أريج، راجع www.arij.net، مأخوذ بتاريخ 10 أيلول 2014.
- عيسى محمود الحسن، الصحافة الاستقصائية، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- شون .ت . شيفر، مهارات التحقيق الصحفي، دليل لصقل وتطويري أدوات التحقيق الصحفي، القاهرة، مركز المشروعات الدولية الخاصة، الوكالة الأمريكية للتنمية، 2009.
- ألبرت ل .هستر، واي لان ج .تو، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
- جورج صدقه، جان كرم، علي رمال، طوني مخايل، التحقيق الاستقصائي :مبادئ وتطبيقات، دليل تدريبي، المركز اللبناني للتربية المهنية، والوكالة الأمريكية للتنمية، برنامج الشفافية والمساءلة، بيروت، 2009.
- الصحافة الاستقصائية أداة لمحاربة الفساد، المركز اللبناني للتربية المهنية، جمعية مهارات، بيروت كلية الإعلام، الجامعة اللبنانية، 2009.
-
- Gaines, C. J, the investigative journalism: Proven strategies for reporting the story, Washington, CQ Press (2008).
- Houstonm B, the investigative reporter's handbook: A guide to documents, databases and techniques, (5th Ed), New York: Bedford, (2009).
- Digging Deeper: A Guide for Investigative Journalists in the Balkans, Tell Me No Lies: Investigative Journalism That Changed the World. John Pilger. What is investigative journalism?" chapter ONE.
- The Investigative Reporter's Handbook: A Guide to Documents, Databases, and Techniques. Brant Houston (Author)
- Deterrence of fraud with EU funds through investigative journalism in EU-27 (2012).
- Nwabueze, Chinenye (2009): Reporting: Principles, Approaches, Special Beats. Top Shelve Publishers, Owerri, Imo
- Beth Johnson Anderson, “Visual Framing: A Study of Face-ism from the Websites for the 108th United States Congress”, Unpublished MA Thesis, Department of Communication, East Tennessee .State University, 2003.
- Center of Union European. Deterrence of fraud with EU funds through investigative journalism in EU-27, EU-Cen (2012).
- http://books.google.com/books?id=uUzT0M
- By Lucinda S. Fleeson Ten Steps to Investigative Reporting, Report from International Center for Journalists, www.icfj.org
- http://www.baheth.info/web/all.jsp?term

- Meyer, Philip(2002) Precision Journalism
- http://books.google.com/books?id=uUzT0M_IPbYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Lucinda S. Fleeson Ten Steps to Investigative Reporting, Report from International Center for Journalists, in: www.icfj.org
- http://www.shafaaq.com/sh2/reports-investegations/110-reports-and-nvestigations/45457
- http://www.alwasatnews.com/2741/news/read/377262/1.html
- http://www.ijnet.org
- 24hdansuneredaction.com

التمارين

السؤال الأول:

لا بد لكل من يتحرى تلفزيونياً الالتزام:

A. بدقة الطرح.
B. بعنق الزجاجة في الرواية البصرية.
C. بملامسة القصة لهموم الناس.
D. بعمق التحري وموضوعيته للتليفزيون.

الإجابة الصحيحة: b بعنق الزجاجة في الرواية البصرية

السؤال الثاني:

لغة التعبير بالصورة التلفزيونية خلال إعداد التحقيق أو تقريره حسب مدرسة ليل الفرنسية يركز على:

A. أهمية اختيار زوايا اللقطات.
B. أهمية توثيق المقابلات بالصورة.
C. أهمية الرؤية البصرية.
D. أهمية موضوعية الطرح بصرياً ونصياً.

الإجابة الصحيحة: a أهمية اختيار زوايا اللقطات

السؤال الثالث:

وضع مدرسة هوليود في إنجاز التحقيق التلفزيوني:

A. مارك هنتر.
B. "سوزن كلوبرغ".
C. جون أولمان.
D. أدوار هوين ثمبسون.

الإجابة الصحيحة: b "سوزن كلوبرغ"

السؤال الرابع:

تقوم مدرسة "جوليان شير" في قناة سي بي سي الكندية:

A. الصورة قبل النص في التحقيق التلفزيوني.

B. أجل السرد وابدأ بالتوثيق البصري.

C. الوثائق لا تساوي قيمتها إلا بصرياً.

D. أجّل مهمة التوثيق وابدأ بسرد الحكاية.

الإجابة الصحيحة: **d** أجّل مهمة التوثيق وابدأ بسرد الحكاية

الوحدة التعليمية التاسعة

تقنيات التحقيق التليفزيوني وأدواته المنهجية

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يشرح تقنيات صحافة التحقيقات ويدرك أن هذه التقنية هي في الواقع أدواتها
2. يحدد معنى (تقنية) اللحم الأحمر (عند مرحلة اختيار موضوع التحقيق)
3. يشرح القواعد الثمانية للتواصل مع رئيس التحرير قبل التحرك في التحقيق
4. يشرح تقنية قبل التصوير/ التحرير.. وبعد فرضية التحقيق: التحول إلى التحري التحريري
5. يعدد الأسس الواجب مراعاتها عند إعداد التحقيق الصحفي، للمرئي أو المطبوع أو المسموع
6. يميز الطالب تقنية السير في طريق الزمن (السيناريو المخفي): أسلوب السرد الكرنولوجي للأحداث (التسلسل الزمني)
7. يشرح التقنيات التي فرضتها تجارب التحقيقات التليفزيونية ذات البصمات المؤثرة، مثل تقنية السيناريوهات، وتقنية العقد (الحبل المليء بالعقد)، وتقنية التجريب
8. يشرح تقنية (التخفي) تحت الغطاء وأسلوبه "أندر كفر، "Under Cover"
9. يشرح تقنيات التحليل والاستنتاج، ويدرس تقنيات التحقيق ومهاراته عبر حدود التجربة
10. يحدد أهمية بناء التحالفات ضمن تقنيات الأمان وضمان الاستمرار

العناصر:

- تقنيات صحافة التحقيقات وأدواتها.
- (نظرية) اللحم الأحمر (تقنية مرحلة اختيار موضوع التحقيق).
- القواعد الثمانية للتواصل مع رئيس التحرير قبل التحرك في التحقيق.
- تقنية قبل التصوير / التحرير.. وبعد فرضية التحقيق: التحول إلى التحري التحريري.
- الأسس الواجب مراعاتها عند إعداد التحقيق الصحفي، للمرئي أو المطبوع أو المسموع.
- تقنية السير في طريق الزمن (السيناريو المخفي): أسلوب السرد الكرنولوجي للأحداث (التسلسل الزمني).
- تقنيات فرضتها تجارب التحقيقات التليفزيونية ذات البصمات مؤثرة.
- تقنية (التخفي) تحت الغطاء وأسلوبه "أندر كفر، Under Cover".
- تقنيات التحليل والاستنتاج.
- تقنيات التحقيق ومهاراته عبر حدود التجربة.
- بناء التحالفات (أهم تقنيات الأمان وضمان الاستمرار).

الكلمات المفتاحية للوحدة:

تقنيات صحافة التحقيقات – (تقنية) اللحم الأحمر – قواعد للتواصل مع رئيس التحرير – تقنية قبل التصوير – أسس التحقيق – تقنية (السيناريو المخفي) – أسلوب السرد الكرنولوجي – تقنية السيناريوهات، – تقنية العقد – تقنية التجريب –تقنية (التخفي) – تقنيات التحليل والاستنتاج – تقنيات ومهارات "جون أولمان" العشرة – تقنيات ومهارات "شون .ت . شيفر" التسعة – تقنيات حسب مشروع (projet 24h)– تقنيات الدليل التدريبي للوكالة الأمريكية للتنمية – بناء التحالفات – تقنيات الأمان وضمان الاستمرار.

أولاً: المقدمة



كما أن "عدة الحاوي.. سحره" فإن التقنيات والأدوات التي يستخدمها صحفي التحقيقات، بما يمكنه من توظيف مهاراته، واستخدام حيله، وتحسين قدراته، وإتباع منهجية عمله، هي مركب الوصول إلى بر النجاح "بتحقيق مبتغى التحقيق"، وحلحلة عقده، وإيجاد مفاتيح أقفاله.

وتتعدد التقنيات التي يمكن أن يوظفها المحقق في منهجية عمله، بتعدد مراحل وخطوات إنجاز تحقيقه، فمنها ما يناسب مرحلة اختيار الموضوع، أو مرحلة الإعداد المنهجي، أو المرحلة التنفيذية، وهكذا... وعليه سيعرض المبحث التالي أهم هذه التقنيات، سواء المقدمة عبر الاستنتاج وتحليل مضامين تجارب التحقيقات الناجحة، أو المستمدة مباشرة من التنظيرات العلمية المصاغة بشكلها النهائي، وعموماً فإن القواعد الرئيسة لاستخدام تقنيات التحرير تنطلق من اعتماد صحافة التحقيقات في جمع المعلومات أسلوب وأدوات وتقنيات حل الجريمة التي تستخدمها الشرطة والمباحث العامة، كما تستخدم الأساليب الفكرية التي تقول أن التحرير هو التفكير، وبالتالي تستخدم تقنيات "أوريانا فلاتشي" في المقابلات، وأسلوب المفتش كولومبو في لقائه مع متهميه، وأسلوب التحري السري... وغيرها من الأساليب التي سيتناولها المبحث التالي، انطلاقاً من مبدأين (مرحلة التحقيق: الإعداد الذهني، الانطلاق، التخطيط، التنفيذ)، و(حاجة التحقيق: الوصول إلى المعلومات، واكتشاف الحقائق، وبناء قواعد البيانات).

ثانياً: تقنيات صحافة التحقيقات وأدواتها

أساس أي تغطية صحفية جيدة هي: الدقة والوضوح والحداثة والأهمية والاكتمال والتجسيد والتحديد، ومن أجل ذلك تستفيد صحافة التحقيقات من أدوات صحافة التحديد، كأدوات فعالة يستخدمها الصحفي في الوصول للحقيقة، وعليه تضم تلك الآليات جانبين أساسيين:

1. **الاستعانة بخلاصات وأدوات العلوم الاجتماعية ومناهج البحث الاجتماعي:** ويتم ذلك عبر مستويين: الأول متعلق بالخطوات المنهجية للبحث العلمي (التفكير، التخطيط، جمع المعلومات،

المراجعة، التنفيذ والكتابة، المراجعة والصقل)، والثاني يرتبط بتوظيف أدوات وسمات المنهج العلمي، عبر توظيف الأدوات التالية: **(الملاحظة بالمشاركة- التجربة الميدانية- الدراسة المنظمة للوثائق – استقصاء الرأي العام: العينات- استخدام الإحصاء).**

2. **استخدام الحاسبات الالكترونية في جمع وتحليل البيانات:** وذلك عبر استخدامه في مراحل مختلفة من التنفيذ فضلاً عن قواعد البيانات والإنترنت وخلافه، ولعل من أشهر نماذج التحقيقات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية في الصحافة الأمريكية تلك التحقيقات التي بدأت إعدادها وتغطيتها ليلة 31 مارس 1981 التي تعرض فيها الرئيس الأمريكي رونالد ريغان لمحاولة اغتيال، حيث تم لاحقاً توظيف الحاسوب في البحث والوصول إلى معلومات عن نوع البندقية وسماتها وأحجامها ومصادرها وصناعتها ومروديها، حيث كانت معلومات ذات صلة مخزنة بلغة الحاسبات الإلكترونية وقاموا بالحصول عليها وتحليلها.

ومن هنا يرى "شون .ت . شيفر"، **من** مركز المشروعات الدولية الخاصة، للوكالة الأمريكية للتنمية، أن إجراء التحريات لإعداد التحقيقات الصحفية يتطلب توفر **مهارتين أساسيتين** هما" :الإعداد الجيد، وحرفية الصياغة، وأهم عنصر: الوقت.

وعليه نقدم فيما يلي بعض تلك التقنيات مع تبيان زمن استخدامها وكيفيته:

ثالثاً: نظرية اللحم الأحمر (تقنية مرحلة اختيار موضوع التحقيق)



تتعدد التقنيات المستخدمة لاختيار موضوع التحقيق، فمنها التقنية العبقرية "لمارك هنتر" القائمة على "الرجل المكسورة"، التي تعتبر المحقق صاحب حساسية تجاه مواضيع الفساد والمخالفات والمغالطات والتجاوزات، تماماً كصاحب الرجل المكسورة الذي قبل إصابته لم يكن يلحظ أحد بقدم مكسورة، لكنه بعد معاناته، يكتشف كم من الناس يعانون مثله، وكذلك تقنية "التشمم" لشون شيفر، وغيرها من أساليب الاختيار المثلى لموضوع يستحق التحقيق جهده.

ولعل التقنية ذات الاستخدام الأوسع في الصحافة الأمريكية على أرض الواقع ما قدمه "**بوب جرين**" في صحيفة نيوزداي، كوسيلة تجعل الأمر التحقيقي ينجح في معظم الأحوال، ويطلق عليها اسم نظرية اللحم

الأحمر Red meat Theory، ومبدؤها (لا تذهب وتخبر رئيس تحريرك بنيتك "التشمم" حول موضوع، أو قضية ما، قبل أن تمتلك قطعة من اللحم الأحمر حولها)، وبالتالي ينصح "جرين" الصحفي أن يركز عينيه أولاً على مجموعة من الحقائق، التي ستظل في دائرة اهتمامه لفترة، والتي تؤدي بحد ذاتها إلى قصة جيدة، ومع ذلك يظل عليه أن يقضي. أربعة أو خمسة أيام في استكمال تفاصيلها، أي أن يجري لقاءات صحفية مع الأطراف الرئيسية في التحقيق، فضلاً عن إنجاز عملية الكتابة ذاتها، ويقول في نفسه يا له من موضوع جيد تماماً، ثم تقوم بعد ذلك بالتحدث مع رئيس تحريرك عما تتكهن به، أو عن نظريتك التي تستند تماماً إلى ما قمت به من عملية استطلاع أولية مكنتك من العمل بأشياء محددة، ستلقى التقدير والتشجيع من رئيس التحرير بدلاً عن التوبيخ والتحذير والتردد، لأنه رغم كل شيء لدى الصحافي الحد الأدنى من "قطعة اللحم الحمراء.



وكتطبيق على ذلك يقترح "جرين" موقفاً افتراضياً حول إخبارية أولية تفيد أن كبير المقاولين في المدينة لديه علاقة مشبوهة مع وكيل المشتريات بمجلس المدينة، حيث يجب البدء بطلب قائمة لأكبر عشرة عقود في السنوات الأخيرة من الإدارة المالية للمجلس، وبذلك لن يبلغ عن الصحافي بأنه يحقق عن المشتبه به، ويفضح أمره، ما يدفع المذنبين لإخفاء أدلة تورطهم، ويعقد الأمور عليه، ثم تراجع العقود وتكتشف نسبة المشتبه به، ويمكن طلب المناقصات والعطاءات لعشرات الشركات (بينها المشتبه) وتكتشف هل كانت عطاءات كبير المقاولين الأفضل والأعلى دائماً، أم أن المناقصات رست عليه وعروضه في المنتصف أو حتى في المؤخرة، كما يمكن كشف مدى حصول "أوامر تغيير" في العقود بحجة وجود عراقيل لم تكن سابقاً في العمل، وزيادة مكتب وكيل المشتريات للمخصصات، ومقارنتها بأوامر التغيير للشركات الأخرى، واكتشاف الفرق الهائل لصالح كبير المقاولين، فضلاً عن تطور الحالة المالية لوكيل المشتريات، ومصدرها، وبهذا يملك الصحفي حال أثبت كل الثغرات أو بعضها في المراحل السابقة (قطعة اللحم الحمراء)، التي على أثرها يناقش رئيس تحريره المشرف، ويطلب التفرغ لمحاورة كبير المقاولين حول سوء حظه لتغيير الأوامر، ومعرفة قانونية التغيير، ومواجهة الوكيل، والعودة للمنافسين بالمناقصات ليحصل على أدلة إضافية لسبب تفوق كبير المقاولين عليهم بشكل غير قانوني، إلى جانب كل ما يلزم لاستكمال هذا التحقيق (الافتراضي) وإثبات فرضيته، وبذلك يكون الصحفي طبق بنجاح نظرية "بوب جرين" الخاصة بتقنية أو نظرية اللحم الأحمر.

رابعاً: القواعد الثمانية للتواصل مع رئيس التحرير قبل التحرك في التحقيق

بشكل مقارب لا يمكن تجاهله "لتقنية اللحم الأحمر الخاصة" "لبوب جرين" يحدد "جون أولمان" ثمانية أفكار قد تنجح وتستحق المناقشة وجهاً لوجه بين المحرر ورئيس التحرير المشرف عليه، قبل التحرك في التحقيق ورسم السيناريوهات المخصصة له، وهي:





1. عليك منذ البداية بوضع حدودك وأهدافك.
2. يجب على المحرر ورئيس التحرير المشرف أن يكونا شركاء، كما لم يحدث من قبل بينهما.
3. ما أن يأخذ الموضوع وضع التحقيق، فلا ينبغي للمحرر أن يعمل في أي شيء آخر.
4. يؤكد قانون علم الطبيعة أن فريق العمل المكون من اثنين أفضل من فريق الفرد الواحد أو الأفراد المتعددين.
5. إنها لفكرة طيبة أن تبحث إمكانية أن يكون التحقيق مكون من نوعين: (الأساسي الكامل، ومقالات أو تقارير أو حلقات يمكن نشرها أو بثها في وقت مبكر)، وأن تقدم باعتبارها موضوعات قائمة بذاتها، لا إذا دعت الحاجة.
6. من أعظم أدوات التنظيم والإدارة للمحررين ورؤساء التحرير على السواء، هو الجدول"T"، وفيه يكتب جانباً من الأشياء التي تعرفها، والتي تكون قليلة نسبياً في البداية، وتكتب في الجانب الآخر الأشياء الدقيقة التي لا تعرفها، ولكنك ستكون بحاجة إلى معرفتها:

نعرف	لا نعرف
–	–
–	–

7. يجب أن يكون لديك جدولاً زمنياً كاملاً على الأقل للأحداث، وخاصة في التحقيق التليفزيوني.
8. هناك بعد ذلك تلك المذكرة التي يجب أن تكتبها بين الحين والآخر، كل أسبوعين أو ثلاثة أسابيع، لكتابة مذكرة حول ما توصلوا إليه حتى ذلك الوقت، وتكون الفائدة أكبر إذا ما كتبت المذكرة على صورة موضوع وذلك للأسباب التالية:

- إن تحرير المذكرة كنوع من كتابة مسودة بمثابة تمرين، على الخط الذي سينتهج في كتابة التحقيق ورسم السيناريو الخاص به.
- إن المحررين يعرفون غالباً أكثر ما يظنون، ولذلك فإن تدوين ما يعرفونه يمكن أن يقنعهم بأنهم أنجزوا جزءاً من التحقيق، أو أنهم لا يحتاجون إلا إلى بضع تفاصيل إضافية، وما الصور الممكنة والمتاحة مقابل الناقصة.

– اجعل هذه المناقشة الأولية حول التحقيق مع رئيس التحرير مقتضبة جداً، ودع المحررين يكتبونها كيفما يريدون، قبل البدء بالتفكير بصياغتها.

خامساً: تقنية قبل التصوير/ التحرير.. وبعد فرضية التحقيق

تقنية الطريق القصير "كي لا يأكل الذئب الجدة".. التحول إلى التحري التحريري:

يستند أسلوب التحري التحليلي على افتراض بأن التضارب العميق في المصالح، والقيم، والمشاعر، والتصرفات منتشر في الحياة الاجتماعية، ومن المسلم به أن الكثير من الناس الذين يتعامل المرء معهم، بل ربما كل الناس تقريباً، لديهم أسبابهم في إخفاء ما يفعلون عن الآخرين، ويتوقع منهم أن يثقوا به، بالمقابل فإن المرء يشك في الآخرين ويتوقع منهم أن يشكوا فيه، فالصراع إذن هو حقيقة الحياة، والشك هو المبدأ الذي نسير على هديه، ويلجأ الذين يستخدمون أسلوب التحري التحريري دائماً إلى الاستشهاد بالمقولة التالية: (إن الحياة عبارة عن غابة وجميع من فيها وحوش مفترسة، إنها حرب للجميع ضد الجميع، وليس هناك من يعطي دون مقابل، ولاسيما الحقيقة).

إن أكثر الناس استخداماً لأسلوب التحري التحليلي هم الجواسيس، والعاملون والمخبرون، ووكلاء النيابة، والقضاة، والأطباء النفسيين، وجامعو الضرائب، وضباط المراقبة، وكتاب التحقيقات، والكثيرون غيرهم ممن يعملون في ذلك الكم الهائل من الوظائف المتصلة بالتحري في المجتمع الجديد.

ليبقى السؤال الأهم في هذا المجال: "ما المكون الرئيسي في أسلوب التحري التحليلي؟" والجواب: "إن ما تقوم به فيما يبدو هو أن تخرج باحثاً بنفسك"، ولا يكفي أن تسأل حفنة من الناس لم تقابلهم في حياتك من قبل لإجراء مسح أو دراسة أو تحقيق أو استقصاء"، ثم من يدري، إنك لا تثق فيما يقولون لمجرد أنهم يقولونه لك، وبالتالي لابد من التوصل إلى نوع من الإثبات الذي يدعم ما يقولون أو يتعارض معه.

إن ما سبق يعني: "إذا لم يكن لدى الصحفي فكرة عن مكان يريد الذهاب إليه، فاللجوء إلى الخريطة يمكن أن يساعده في العثور عليه، وهو ما ينطبق على التحري والتحقق، بغية إعداد التحقيق، فلا بد على الأقل أن يكون هناك فكرة عن اجراء التحقيق، وأهم خطوة في هذا المجال هي إعداد خطة العمل، فهي مثل خارطة الطريق بها علامات تحدد الاتجاهات والمقاصد، وبدونها يصبح التحري بلا قيمة أو هدف فإذا استطاع الصحفي منذ البداية أن يحدد موعد البث/النشر فذلك سيتيح له فرصة إعداد تحقيق كامل متكامل يغطي الجوانب كافة في الوقت المحدد.





إذاً لا يتخالف أسلوب "الانتقال إلى التحري التحريري" مع كثير من الأساليب التي يعتمدها المحققون، مثل: (التخفي، والحوارات المطولة، وتحدي ما يقوله المسؤول واعتباره حقيقة بناء على التوثيق) لذا يضع "مارك هينتر" مناهج مستحدثة لإعداد التحقيق ليكون الصحفيين أكثر قدرة على التأثير الإصلاحي في المجتمع من خلال الحصول على الحقائق ونشرها بعيداً عن الكذب، الذي لا يتمنى صحفي استخدامه، كي لا يقضي حياته المهنية على الجانب الخاطئ من المهنة، ومن هنا يترتب على ذلك نتائج تتعلق بالجانب المنهجي للتحقيق، مبدؤها أن التركيز سيتحول من مجرد الوصول إلى شخصيات ومصادر قوية، إلى مواجهة هذه الشخصيات بحقائق، فعلى الصحفيين أن يكونوا خبراء في الحصول على الحقائق وتوثيقها قبل _ وليس بعد _ طرحهم للأسئلة، ومن هنا يقول المحاور الأشهر "تيم سيبيستيان " لا تقل للمسؤول هل فعلت ذلك، بل أثبت ذلك أولاً، ثم واجهه بالحقائق، ولاحقاً اسأله لماذا فعلت ذلك؟!"، ما يؤكد أن الصحفي العادي يسأل ماذا حدث، في حين أن المحقق يسأل مصدره أليس هذا ما حدث، ويطرح "هينتر" مثال على ذلك من التحقيق الشهير "لدونالد بارتليت وجيمس ستيل" في مطبوعة فلادیلفيا إنكورير الحائز على جائزة بوليترز، حول الإنحياز العرقي العنصري للعدالة في المدينة عام 1972 بعدما تضمن تحقيقهما مراجعة الآلاف من الصفحات لأحكام قضائية، إضافة إلى إجراء حوارات مع الضحايا والمسؤولين عن النظام القضائي، وقد اعتبر نموذج الصحفيين دافعاً للصحفيين كي يطوروا ما يسمى بـ" **عقلية مبينة على جمع الوثائق**"، والتي تعني التفكير في الوثائق المتاحة الداعمة للقصة المحقق حولها، وهو ما حول هذه التحقيقات من كونها لوناً صحفياً متخصصاً، إلى ممارسة اجتماعية واسعة النطاق، تتعدى استهداف جمهور محدد، وذلك حسب رأي" جيمس أوكوان" مؤرخ صحافة التحقيقات الاستقصائية.

سادساً: الأسس الواجب مراعاتها عند إعداد التحقيق الصحفي (المرئي، المطبوع، المسموع)



إن أسلوب الانتقال إلى "التحري التحريري" يمكنه أن يحدد الأسس التي يجب أن يأخذها المحررون في الاعتبار عند إعداد التحقيق الصحفي، سواء للمرئي أو المطبوع أو المسموع، وأبرزها:

- اسم مختصر أو كلمة واحدة لكل جزء من التحقيق.
- تحديد المحرر الذي سيكتب التحقيق بما في ذلك المعلومات التي يمكن الحصول عليها من المصادر.
- وصف موجز لموضوع التحقيق في جملتين أو ثلاث.
- الوقت اللازم لإعداد التحقيق، وتاريخ نشره، وموقعه من المطبوعة أو البث.
- توقيت الحد الأقصى للانتهاء من التحري والتحقق.
- تحديد الصور واللقطات والرسومات البيانية بشكل عام، وغيرها من الجوانب الفنية التي سيتم إضافتها.
- أي شيء آخر قد يكون مهماً أو صلة بالتحقيق.

سابعاً: تقنية السير في طريق الزمن (السيناريو المخفي)

أسلوب السرد الكرنولوجي للأحداث (التسلسل الزمني):

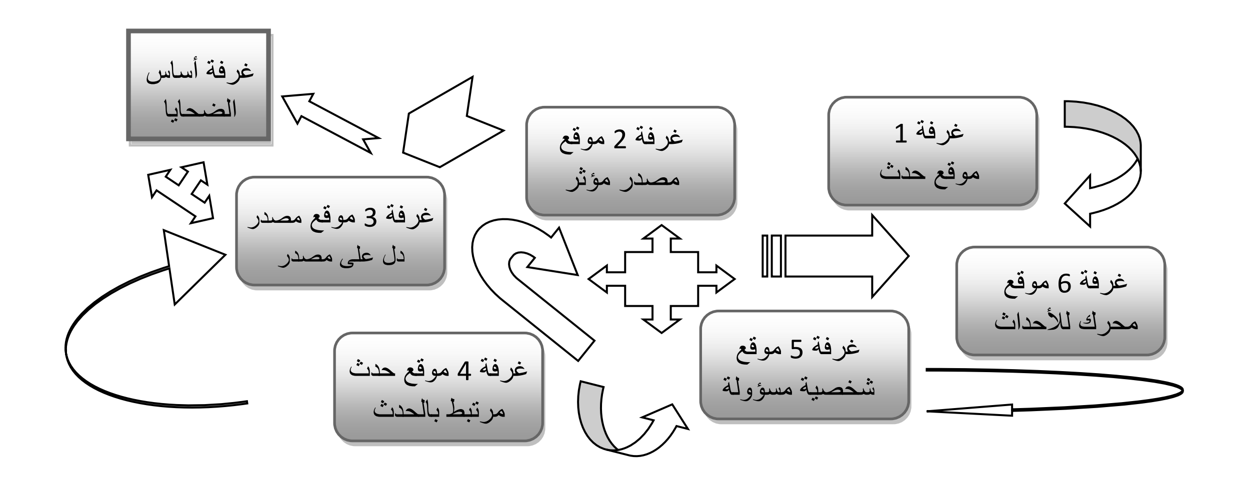


يعتبر "هورن" هذا الأسلوب في السرد الصحفي للقصة الخاص بالقالب الكرنولوجي، الذي يلخصه بقوله: "**هذا يلي ذاك، وبذلك يترتب على هذا ما يلي**"، ومن هنا يؤسس مارك هنتر خلال ورشته "**السيناريو المخفي**" ضمن مؤتمر أريج السابع، كانون أول/ ديسمبر 2014، مقاربة منهجية للقضايا الأساسية لقضايا التحقيق، مع التركيز على النتيجة النهائية، كجزء من كتاب السيناريو المخفي، الذي شارك في تأليفه مع أستاذ التحقيق "لوك سنغرز"، حيث شرح خلال الورشة أن هذه التقنية تساعد في مسيرة التحقيق، ليطلق عليها (الجدول الزمني)، ويعتبرها الأداة الأكثر أهمية التي

يستخدمها المحققون الصحفيون، وربما تكون الأكثر استخداماً على الإطلاق، وملخصها هو قائمة من الأحداث المتتابعة الواحدة تلو الأخرى؛ التي تساعد في صياغة الوقائع بأكبر قدر من المنطق والوضوح، عبر تحديد المحطات الزمنية على جدول قصة التحقيق، وبالتالي تساعد في تكوين إطار منطقي للأمور المعقدة عن طريق كشف الأسباب والعواقب المتعلقة بالحدث، ويوضح التسلسل الزمني ما العنصر المفقود في قصة التحقيق، ثم ما الذي يجب أن يحدث قبل الأحداث التي على الصحفي التأكد من وقوعها وبعدها، وذلك قبل الاحتفاظ بالمعلومات التي جمعها بصورة دقيقة ومنظمة، كما يساعد الجدول الزمني أيضاً في تكوين قاعدة بيانات أكثر سهولة وقوة للهيكل الخاص بالقصة، وفي الواقع يمكّن الجدول الزمني من البدء في تكوين إطار سردي لقصة التحقيق خلال الوجود في مرحلة البحث والتحري.

ومن هنا حسب "هنتر" ثمة طريقتين لبناء سيناريو قصة التحقيق، والسير في خطواته، واستخدام التقنيات البحثية للتحري حولها:

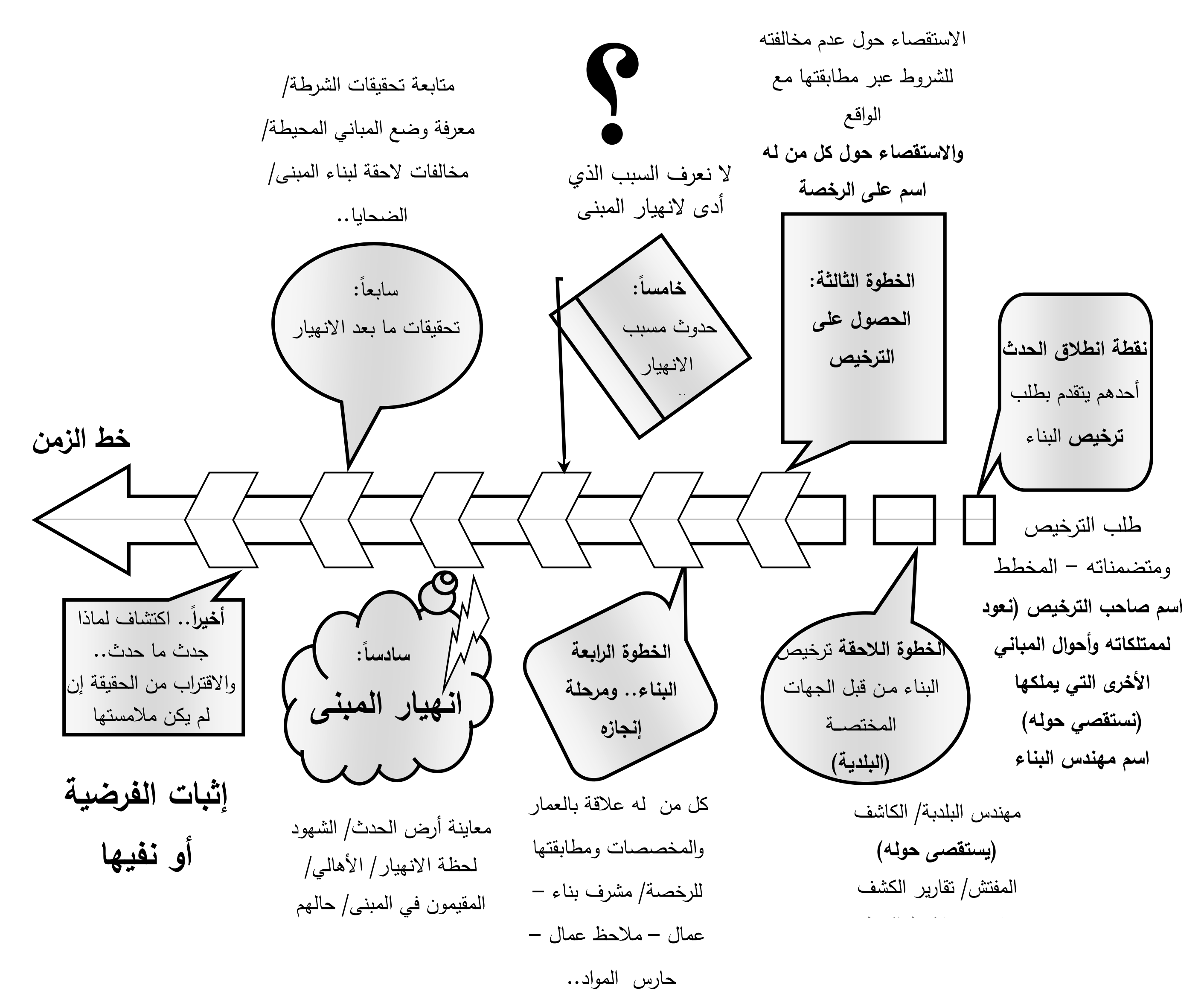
- الأول يعتمد على مبدأ التنقل في غرف المنزل، عبر الممرات والمنافع، حسب الموضوع والشخصيات، وهذا ما يدعى بالتنقل الحر داخل غرف المنزل، حيث قرية المصادر الكل يعرف الكل، وكل منه يمكن أن يقودك إلى غرفة الآخر، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



الانتقال والتحرك خلال التحري الحر كالتحرك داخل غرف المنزل المفتوحة كل مصادره (منافعه) على بعض.

- الثاني: التنقل وفق خط زمني للأحداث (كرنولوجي)، يساعد على الترتيب المنطقي للأحداث، وبالتالي اكتشاف الثغرات والنواقص وسدها، وربط الأحداث وفق تسلسلها الزمني، ما يكوّن قرية مصادر مهمة، وكمثال على استخدام هذه التقنية يمكن طرح نموذج افتراضي حول: (انهيار مبنى ما أدى لوفيات وضحايا، وتتعدد الفرضيات حول الأسباب التي وراء الانهيار ومسببيه، فإن

الخط الزمني سيعتمد على المسار التالي لمعرفة ماذا حصل، أو إثبات فرضية التحقيق إذا كان ثمة أدلة أولية من معاينة الصحفي:



الانتقال والتحرك خلال التحري حسب الترتيب الزمني وما يفرضه خط وجدول الزمن

إن المثال السابق لكيفية التحرك عبر الزمن سيساعد في طرق الكثير من الأبواب، التي يقود إليها تسلسل الأحداث زمنياً، وبالتالي سيوفر بناء قاعدة بيانات، كما سيساعد في الربط التشعبي بين المصادر وفق ما يلي:

1. **رسم خارطة للمصادر "قرية المصادر"**: يقول "مارك هنتر" إن "التايم لاين" أي الخط الزمني يعين صحافي التحقيقات على رؤية اللاعبين الأساسيين والأطراف في القصة، لكن يبقى هناك لاعبون

آخرون يمكن أن يتأثروا أو يهتموا بالمشكلة، وعليه تفيد هذه التقنية بتحديد خارطة المصادر "قرية المصادر"؛ حيث تساعد على تصور المصادر المعروفة وعلاقاتها فيما بينها، ومن هنا يمكن القول: "في هذه القرية من المصادر كل شخص يعرف الآخر، ويعرف عمله، وبالتالي إذا دخلت منزلاً، ففي الغالب سيعرف الآخرون، ولكن عليك ألا تدخل القرية قبل أن تعلم شيئاً عن سكانها أو بعضهم على الأقل، وإلا فستذهب إلى المنزل الخطأ أو ستترك انطباعا خاطئاً"، وهنا يتوجب وضع بطاقة لكل مصدر من هذه المصادر، تتضمن كامل بياناته، وأعماله وكل ما صدر عنه وحوله من تقارير، وما كتب عنه في الإعلام، وما قالته المصادر حوله، إضافة لكل المعلومات المتاحة حوله.

2. **بناء الملف الرئيسي:** باعتبار الصحافي يجمع الوثائق والأدلة، فمنهجية التحري المبنية على السرد القصصي تعتمد على تنظيم الصحفي لمعلوماته، على شكل بيانات في ملف مخصص لذلك، ويسمى "الملف الرئيسي/ الملف الأم" "Mather file".
3. **الترتيب الزمني يساعد في اختبار تقنيات أخرى،** إذ يمكن مزاوجة تقنية فرضية التحقيق، وآلية إثباتها عبر اتباع منهجية الهيكل الزمني، وكما يقول "هنتر": "السيناريو الخفي/مؤتمر أريج السابع 2014"، على الصحفي ترك بطاقة فارغة في الملف الرئيسي عقب كل حدث يرتبه وفق خط الزمن، ليسجل فيه تفاصيل هذا الحدث بمجمله، وتواريخه بقدرٍ محترف من الدقة، إلى جانب المعلومات المدققة عن كل وثيقة، أو تصريح حول الحدث نفسه، وهذا يشمل جميع مراحل الحدث وليس جزءاً منه.
4. يقلل الكثير من معدي التحقيقات من تقنية منهجية الخط والجدول الزمني، لكنه في الواقع يضيف جهداً مستقطعاً حقيقياً، شريطة أن يكون الصحفي على درجة عالية من الكفاءة والحرفية.
5. يتيح الحجم المستخلص من وثيقة أو تصريح داخل الملف الأم لصحفي التحقيقات عمل وصلات تشعب تربط بين توصيف الوثيقة والوثيقة المحفوظة نفسها، وبهذه الطريقة يمكن الانتقال بسرعة من الملف الرئيسي إلى الوثيقة الأصلية، إذا ما أراد الصحافي مراجعة شيء، كذلك الحال بالنسبة للإحصاءات والجداول يمكن ربطها أو ربط خلاصة نتائجها مع الرابط التشعبي بالجدول.
6. إن قواعد أمن الصحفيين والمعلومات لا تختلف باختلاف تقنية التقصي، سواء جدول زمني أو فرضية، فالمصادر السرية لا تسجل إلا بالحبر السري (ربما عقل المحرر أو مذكرة جيبه الخاصة) ضمن الملف الأم وقرية المصادر التي تبيحها التقنية المستخدمة، ومن هنا يستذكر القاعدة المهمة: "لا تضع أبداً أي شيء على جهاز الكمبيوتر الخاص بك قد يهدد مصدراً سرياً"، **ف**المصادر السرية الحية يجب الرجوع إليها بأسماء رمزية، والوثائق السرية يمكن الاحتفاظ بها تحت حماية كلمة سر قوية.

ثامناً: تقنيات فرضتها تجارب التحقيقات التليفزيونية ذات البصمات المؤثرة

يحدد "الباحث" بناء على تحليل بعض التحقيقات المرئية والمطبوعة المؤثرة في تاريخ المهنة بعض الأساليب والتقنيات المجدية في صحافة التقصي، ومنها:

تقنية السيناريوهات:

تتشابه هذه التقنية إلى حد ما مع "تقنية الفرضية" ناحية (وضع افتراضات أولية) لكنها لا تسير ضمن فرضية واحدة، بل كما البحوث العلمية وضع عديد الفرضيات (السيناريوهات) المتناقضة، وهي تقنية مقتبسة من أساليب البحث الجنائي، التي تفترض "سيناريوهات" عدة للجريمة، وتسير باختبار كل سيناريو حتى آخر خطوة، لتعود حال عدم تحققه إلى التأكد من السيناريو الآخر، وهكذا، وكمثال واضح على هذه التقنية التحقيق التليفزيوني الذي تناول غرق الغواصة الروسية النووية "كورسك" في المحيط، حيث وضع المحققون سيناريوهات، ساروا بكل منها حتى نهايته، رفضاً أو إثباتاً، فمثلاً وضعوا السيناريو الأول حول احتمال تصادم الغواصة مع نظيرتها الأمريكية التي كانت تجري مناورات على بعد كيلو مترات من المشروع الروسي البحري، وفيها أثبتوا سحب غواصة أمريكية من المناورات بعد إصابتها بشكل كبير، لكن تبين فيما بعد عدم دقة السيناريو، لينتقلوا إلى سيناريو جديد يدور حول تفجير الغواصة بطوربيد مائي، وذهبوا إلى حيث تزوّدها بالوقود بموانئ أوروبا الشرقية، حيث تبين أن ثمة سيارة محملة دخلت الميناء، وذهب قادتها إلى ظهر السفينة، ليتبين لاحقاً خطأ السيناريو، إلى أن وصولوا للسيناريو الدقيق، المتعلق بانفجار طوربيد فوق السفينة نفسها، ومن ضمن أسلحتها لسوء التصنيع، حيث قادهم مركز للكشف عن الزلازل في غابات اسكوتلندا إلى كشف تغير مسار الهزات في تلك المنطقة توقيت غرق الغواصة، عبر تفجيرين الأول (صغير) للطوربيد الأول على متنها، والثاني ما أدى إلى تفجير كل أسلحة الغواصة (كبير) ما أدى لغرقها، وليتأكدا صحة هذا السيناريو من خلال رسالة أبرق فيها جندي محتجز في المقصورة الأخيرة والمنفصلة يخبر فيها زوجه أنه معزول مع ثلاثة آخرين بعد سماع انفجار كبير، ولا يعرف كم يمكن أن يعيش بعد انقطاع التيار الكهربائي ودرجة الحرارة، فكل الجنود قتلوا لحظة الانفجار الضخم (الثاني) فيما مات البقية بعد ساعات قليلة في المقصورة الأخيرة، وقد أوصلت الرسالة لزوجه التي قرأتها أمام كاميرا التحقيق، في صياغة تليفزيونية مبهرة اعتمدت على قالب الوول ستريت، وبدأت التحقيق بقراءة الزوجة المنكوبة التي لم يمض على زواجها إلا بضعة شهور لرسالة زوجها، وفي التليفزيون جمالية هذه التقنية تتعلق بالتشويق المبني على عرض كل السيناريوهات الخطأ التي سلكها الصحفي، مع محاولة إيهامٍ بدقتها وصوابيتها لحدث يمثل وجهة حبكة يرفضها فينا بعد نهائياً، قبل عرض السيناريو الصحيح الذي يترك لختام الفيلم.

تقنية العقد (الحبل المليء بالعقد):

تنطلق هذه التقنية من وجود مسار أحادي الخط للتحقيق، ينبثق بشكل طولي أو أفقي، بغض النظر عن طبيعة مساره زمنياً أو حسب حركة الأبطال، لكن ما يميزه أنه في كل حين تعترض الصحافي (عقدة) يجب تفكيكها، (عبر الغوص فيها) قبل الانتقال إلى العقدة الأخرى وهكذا، ليجد الصحافي نفسه حل الحبل كله، وصعد عليه وصولاً إلى مبتغاه، وقد عرض في كل عقدة، ما يرتبط بها ما يساعد على توليد رؤية بصرية متكاملة للعرض أو حتى النشر، وكمثال موضح على ذلك **التحقيق التليفزيوني** للصحفية الفرنسية من الفرانس بريس التي اختطفت في العراق على يد "عبد الرحمن المصري" من تنظيم القاعدة، والذي اصطحبها ومصوّرها لمشاهدة عملية ضد القوات الأمريكية في العراق؛ حيث اختار طائرة نقل وقصفها بصاروخين من محيط مطار بغداد، في تحد للصحفية أن أخبار المقاومة لا تلقى صدى في وسائل الإعلام، عكس أخبار الآلة العسكرية الأمريكية، وكان الرهان على حياتها ومصير مصورها، حيث كان المسار يتحرك في محيط كل عقدة يلجها التحقيق، فمثلاً استقصى عن الخطف ومن ثم الانحياز الإعلامي، ومن ثم عن طبيعة الطائرة المقصوفة (نقل لرسائل الجنود الأمريكيين في العراق)، ثم إصابة جناح الطائرة عبر تعطيل الدارة الهيدروليكية، ليتحرى هنا عن أشهر حوادث الطيران المصابة بعطل هيدروليكي، المسؤول عن هبوط الطائرة، ثم تصنيع الطائرات وكيفية الخروج من إشكالية الهبوط حال تعطل تلك الدائرة، ثم ختم بالتحدي، وما آل بالصحيفة، وما انتهت إليه الطائرة المقذوفة من هبوط اضطراري بمعجزة في محيط المطار، ووقوعها في حقل ألغام، وهنا تحرى عن ماذا يحدث في هذه الحالة ومتى تنفجر أو لا تنفجر الألغام من تحت ثقل جسد الطائرة، وهكذا كل عقدة مر بها التحقيق المتلفز شكلت ثقلَ غنىً لمساره، خاصة مع عرض جذاب، كالذي اعتمده هذه التحقيق، الذي اعتمد على (الديكو دراما: إعادة تمثيل الواقع) لبعض المشاهد كالمحادثة بين الصحفية المختطفة وخاطفها، أو الحوار الذي دار داخل مقصورة الطائرة لحظة الهبوط الإعجازي بين الطيار الدنماركي ومساعديه العراقي والنرويجي).

تقنية التجريب:

طالما صحافة التحقيقات تعتمد على المناهج العلمية، فليس غريباً أن بعض الصحفيين استندوا على تقنية "التجريب" باعتبار المنهج التجريبي أقدم منهج علمي، وهنا من البديهي لاختبار جودة الشيء أو سوئه (يكفي تجريبه)، فقديماً حين كان البدائيون يخترعون سلاحاً لصيد "الماموث" قبل التورط بمواجهة الحيوان الضخم يجربون سلاحهم على قطعة لحم، ليعرفوا مدى قدرة اختراقها جسد الطريدة، وهكذا في التحري، إذا جاءت إخبارية عن فساد ورشاوي جهة يكفي التعامل معها وتجريبها، وهنا تكمن مشكلة هي ذاتها التي يواجهها المنهج العملي التجريبي، متمثلة بضبط المتغيرات المحيطة، فإذا أردت في العلم اختبار قدرة "سماد" في نمو النبات، فيجب ضبط متغيرات الضوء والسقاية، كي لا تكون السبب، أو قدرة برنامج تعليمي أو تليفزيوني في تذكر المضمون، فيجب أن لا يكون السبب الفروق في ذواكر المجربين، وليس

لمستوى الاهتمام أو الخبرة السابقة بالمحتوى المشاهد، بل لمضمون البرنامج وشكله تحديداً، وهكذا في تجريب صحافة التحقيقات يجب أن لا يكون التجريب دافعاً غير شرعياً للتعامل مع الفساد، أو تحريضاً لا يقاوم، فربما موظف لا يرتشي لكن إذا عرض عليه (100 مليون دولار) سيفعلها ويستجيب للخطأ، رغم أنه سابقاً ولاحقاً يرفض مبدأ الرشوة، ولعل هذا ما جعلت من تجارب الشيخ المزيف "مظهر محمود" لإغواء ضحاياه على ارتكاب الخطيئة غير أخلاقية أو شرعية، وبالتالي فالتجريب ليس بهذه البساطة، فكما يقول "ميشيل واينسن": هل من السهل إذا أردت أن تكتشف تأثير (الكرسي/ المنصب) على نفسية المسؤول، أن تجعل العينة التجريبية مسؤولة!! وعليه يقول جون أولمان كلا التحقيقات الجيدة والبحوث العملية فيهما بحث وتجريب وكتابة أولية، وهو ما يدعوه بوجوب مرور التحقيق بالمرحلة التجريبية للتقاليد العلمية).

تاسعاً: تقنية (التخفي) تحت الغطاء وأسلوبه "أندر كفر، Under Cover"



تستخدم هذه التقنية تحديداً في التحقيقات الاستقصائية، وخاصة التليفزيونية التي تعتمد "الكاميرا المخفية"، حيث أنها من ولدت فكرة "الكاميرا الخفية" التي تحولت في بعض استخداماتها إلى التسلية والترفيه، لكن هذا لا يلغي أن الاستخدام الأول والمبدئي "لكاميرا طاقية الإخفاء" كان بغرض التحقيق الصحفي، وبالتالي يعود التخفي الأول إلى الإذاعة المرئية والمسموعة عبر BBC البريطانية، حين تحرّت عن تقصير "جهاز الأمن البريطاني "الاسكتلنديار" لواجباته، فاستأجر مراسلان غرفة مطلة على المبنى الرئيسي للجهاز، وأقاما اتصالاً هاتفياً على الهواء مباشرة، يخبران فيه عن جريمة قتل، وفيه سأل المراسل زميله في بث حي، كم يستغرق وصول وحدة الإنقاذ، فرد عليه، "إذا صعدوا بالسيارة سيحتاج دقائق، لكن إذا جاؤوا مشياً فسيتطلب ذلك ثواني معدودات، لأنهم ليسوا بحاجة لتحريك السيارة أمتاراً ثم ركنها، ورغم تصعيد المراسلين الحملة المفترضة، ونقلها لسطو مسلح، ثم تحدثهما عن اختطاف رهائن، وإطلاق داخل الاستديو ما يعبر عن إطلاق نار، لم يصل الأمن البريطاني إلا بعد ما يربو عن 15 دقيقة، وهذا اعتبر تقصيراً، ليفاجأ الواصلون بخدعة المحطة (المتخفية)، وقد أثار هذا التحقيق موجة غضب لتقاعس الأمن بواجباته، ما ألزم الملكة "إيزابيل" للتدخل وعزل المسؤولين عن التقصير، في تغييرات طالت رأس الجهاز وصلبه من الأساس.

وتعني تخفي الصحفي بشخصية تمنع الآخرين معرفة حقيقته، وكشف سمته الصحفية، وتخفي أغراضه، وغالباً ما تكون هذه الشخصية المتخفى بها، عامة، على أن لا تسبب له أي مشكلة قانونية، كادعاء أنه شرطي، أو رجل أمن، أو موظف (شخصية غير اعتبارية).



ورغم أننا شرحنا هذه التقنية تفصيلاً في **كتاب (الصحافة الاستقصائية)** لكن هذا لا يمنع أن نكرر ونعيد النصيحة المشهورة بأن يكون التخفي آخر حل يلجأ إليه الصحافيون، حين يعجزون عن الوصول إلى الحقيقة بطرق مشروعة، خاصة أن التقصي يدخل في أخلاقيات اختراق الخصوصية الفردية.

يرى المحققون في هذا الأسلوب جاذبية، حيث يتضمن العمل فيه مراحل "الدارما والأكشن والإثارة والتشويق"، ويحيي داخلهم حب المغامرة، ويجعل من التحقيق بحد ذاته قصة قابلة للروي، وليس مجرد مادة تحقيق صحفية، لكن هذه الألوان البراقة بكل حال من الأحوال، يجب أن لا تعمي عين الصحافي عن واجبات يفرضها أسلوب (التخفي) وتعتبر مبادئ وأسس أساسية لممارسة هذا النوع من العمل، وهي أن الحصول على دليل يمكن من مواجهة المذنبين والخادعين تظل القاعدة الذهبية التي يمكن الاعتماد عليها لتبرير أهمية التخفي، وتصويره السري، والتخفي لا يعني مخالفة القوانين وخرق القواعد، والتخفي لا يعني تعريض حياة الصحفي للخطر تحت أي ظرف كان، والتخفي لا يعني التستر تحت شخصيات (اعتبارية) لها مكانتها ويمكنها الإفادة من موقعها الوظيفي، بل ينحصر في الشخصيات العامة، التي ليس لأحد محاسبة الصحافي على تقمص أدوارها، والتخفي لا يعني دفع المستهدف لممارسة خطأ لا يرتكبه عادة، لكن تحت إغواء كبير لا يسلم من إغراءاته إلا الأنبياء، والتخفي لا يعني عملاً غير أخلاقي، يقتحم الحياة الخصوصية لأفراد، وينتهك حرماتها، كأن تذهب إلى منزل الضحية وترشيه أو تسافر معه في رحلة خاصة، بل تذهب لمكان عمله العام الذي يستقبل فيه كل مراجعيه، وكذلك التخفي لا يعني سلب حقوق المستهدفين، وحقهم بمشاهدة أعمالهم قبل نشرها والدفاع عن أنفسهم.

عاشراً: تقنيات التحليل والاستنتاج

إن تحليل البيانات هي أرقى درجة من البحث العلمي، وبالتالي لا بد أن يوسم صحافي التحقيقات بصفة المحلل، وإلا فقد ميزة لقبه وعمله، وعليه يقول "ماير" عن أهمية تحليل المعلومات في نظريته: "إن المعلومات الخام لا تكفي وحدها، ولكي تصبح المعلومة ذات فائدة وفهم يجب أن يتم العمل عليها وتلخيصها وربطها بمعلومات أخرى ووضعها في تراكيب تناسبها، فعلى الصحفي أن يضعها في أشكال عقلية تساعد على التفسير والفهم لدى المتلقي".

ولا أحد ينكر أن الهدف النهائي والمرحلي من صحافة التحقيقات هو جمع المعلومات لتقديمها، فالمعلومات هي أساس العمل، لهذا يعرف "نبيل الشريف" المعلومات بأنها "ناتج معالجة البيانات –

المعطيات البكر– تحليلاً أو تركيباً لاستخلاص ما تتضمنه هذه البيانات، أو تشير، إليه، من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وكليات وموازنات ومعدلات وغيرها، وذلك من خلال تطبيق العمليات الحسابية والطرق الإحصائية والرياضية والمنطقية، أو من خلال إقامة النماذج وما شابهها، أو هي المعطيات التي تؤدي إلى تغيير سلوك وفكر الأفراد واتخاذ القرارات.

إن الوصول إلى الاستنتاجات يعني أن الحقيقة ليست الوصول ببساطة إلى شيء من خلال تراكم الحقائق، أو من خلال النقاش الضيق لتعريف معنى الأشياء، بل الحقيقة جزئية دائماً، ومعتمدة دائماً على الموقع الذي يقف فيه محللها عندما يراها، ومتشابكة تماماً في اللغة التي يستخدمها في وصفها.

إن الصحافة بأسرها تقريباً، تنبع من هذه المقولة: "إننا لم نكن هناك ولم نر َما حدث، ومن ثم فعلينا أن نجمع أجزاء ما لدينا من معلومات جنباً إلى جنب لتظهر لنا الصورة الكاملة، ما يعني أن على صحافي التحقيقات أن يبدي شجاعة ففي ختام مهارات التقصي ثمة عنصر واحد أخير، ألا وهو الشجاعة، فالمحقق بحاجة إلى قدر كبير من الشجاعة ليرى الأشياء على حقيقتها، في الوقت الذي يهتم فيه الآخرون برؤية ما هو واضح دون تحليل أو استنتاج.

حادي عشر: تقنيات التحقيق ومهاراته عبر حدود التجربة:

تقنيات ومهارات "جون أولمان" العشرة:

إن الحديث عن تقنيات التحقيق يلزم العناية بقواعد "جون أولمان" العشر لفهم استخدام تقنيات العلوم الاجتماعية، والخاصة بالعداء للمجتمع، والتي تساعد الصحفي في رحلته نحو الحقيقة، سواء تعامل مع العينات والاستطلاعات، أو الأرقام والإحصاءات، أو المقابلات والحوارات، والحواسيب والكمبيوترات، أو الوقت، وقابل الحقائق وتأكد منها:

1) **القاعدة الأولى:** إذا كانت العينة عشوائية، فلن يكون لحجم العينة أي تأثير، ولا يمكن استخدام النتيجة في وصف السكان بوجه عام، والنتائج لا تمثل سوى الأشخاص الذين أجابوا على الأسئلة.
2) **القاعدة الثانية: هذا** لا يعني أن هذه الموضوعات الصحفية ليس لها قيمة، فكثيراً ما تصادف في عالم الواقع الذي يعيش الصحافي فيه، أشياء تبدو أحياناً مرتبطة ببعضها البعض منطقياً، إلى حد يستحق تقديم التحقيقات الصحفية عنها، ومع ذلك فلابد ألا يعتمد على الأرقام فحسب، فالعلاقة المتبادلة بين الأرقام لا تقيم وحدها قضية ما، وتدعى هذه في التليفزيون تقارير "الفوكس بوب".

3) **القاعدة الثالثة: ليس** هناك من رقم يساء استخدامه من جانب العلماء والصحفيين أكثر من هذا "المتوسط"، فلو أنك قمت الآن بحساب المتوسطات لكل قطع الأثاث في الحجرة، لخرجت بثلاثة أرقام، متوسط الارتفاع، ومتوسط العرض، ومتوسط العمق.
4) **القاعدة الرابعة:** إن العلوم ذاتها التي تنشر في الصحف أو تبث في الراديو والتليفزيون ليست دائماً على حق في ما تدعي أنها تثبته، ولذلك فأهم نصيحة للصحافي دائماً أن يكون متشككاً.
5) **القاعدة الخامسة:** القول المأثور "إننا نثق في الله" أما ماعداه فيجب أن يشركون فيما لديهم من بيانات.
6) **القاعدة السادسة:** الصحافة يومية، وماكينة الطباعة –كزمن عجلة البث لا ترحم– أما بالنسبة للتحقيقات، فلديك من الوقت ما يكفي لتفهم شيئاً.
7) **القاعدة السابعة:** من المفيد دائماً القيام بتحضير الأسئلة مقدماً، وأن تتوقع الردود عليها وأن تراعي الترتيب الذي يجب أن يتم عليه توجيه الأسئلة.
8) **القاعدة الثامنة:** لا تدع استخدام أجهزة الكمبيوتر، أو الإحصائيات المحكمة، أو الميزانيات الضخمة، والأعداد الكبيرة من الموظفين، أو الأعداد الضخمة من الموضوعات أو طول زمن الدراسة لموضوع التحقيق؛ يؤثر عليك.
9) **القاعدة التاسعة:** تذكر.. أن القول بأن "كل الأشياء متساوية"، هو جمع بين نقطتين متناقضتين.
10) **القاعدة العاشرة:** لقد تعلمت منذ أمد بعيد ألا تتصل أبداً بشخص ما، وتطلب منه إجراء "مقابلة صحفية أو تليفزيونية"، عليك أن تقول: "هل تستطيع الحضور إلي لتبادل الحديث"، ذلك لأن كلمة "مقابلة صحفية أو تليفزيونية" كلمة سيئة.

تقنيات ومهارات "شون .ت . شيفر" التسعة:

في السياق نفسه، يضع "شون .ت . شيفر" أستاذ الإعلام في جامعة متروبوليتان ستيت، بمدينة "دنفر" تسعَ قواعد كأدوات أساسية لصقل وتطوير تقنيات ومهارات التحقيق، تقوم على ما يلي:

1) **الأداة الأولى لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: <u>التدقيق في نقطة البداية</u>:**

يتوجب على المحقق أن يفكر في النقاط التي ستبدأ منها تحرياته، فقط تبدأ التحريات من مجرد حدث بسيط، أو من بعض الأفكار المتداخلة، إذاً عليه أن يبدأ عمله بالتفكير في الأسئلة التالية:

- ما الأمر الذي يتطلب التحري عنه، والبحث عن أسبابه: "لماذا"؟ وهل لديك فكرة واضحة عما تأمل في التحري عنه؟ وهل تعلم أين ستجد مصادرك؟
- إلى أي مدى يؤثر شغفك واهتمامك الشخصي بالموضوعات على قرارك بالاستمرار في التحري؟ فرغم أن هذا الاهتمام ليس عنصراً حيوياً لنجاحك، إلا أنه

من المؤكد سيساعدك كثيراً، فإذا استطعت أن تتعاطف معه وتشغف به، فإن الوقت الذي ستمضيه في التحري عنه سيكون مصدر سعادة لك.

- هل أجبت عن سؤال: "ثم ماذا بعد"؟ فعندما تبدأ في تجميع موضوعاتك، يجب أن تسأل نفسك عن مدى أهمية الأسئلة التي تطرحها، وهل العمل الذي تقوم به في جمع المعلومات، والتحري مسلٍ، وله صلة بالموضوع الذي تتحرى عنه؟ فالمرجو أن تكون إجابتك عن السؤالين "بنعم"، فإذا كانت "ب.لا "فلعل ذلك يعنى ضرورة القيام بتغيير موضوع التحقيق، أو تغيير اتجاهه.
- عليك أن تراجع قائمة النقاط ذات الإشكالية بسؤال: "هل أستمر في هذا الاتجاه أم لا؟"، وهل هي كافية للعمل الذي أقوم به؟ وهل هنالك نقاط أو جوانب أخرى تود إضافتها أو حذفها؟ ولك أن تعدّل في قائمة المراجعة كما تشاء، فالمهم هو ربطها بالعمل الذي تقوم به.

2) الأداة الثانية لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته : التحديات القانونية:

إن مساءلة الحكومة والسلطة، والتحري عن أعمالها الخاطئة هو الدور الأعظم للصحافة، إلا أن النوايا الطيبة ليست ضماناً ضد الملاحقة القانونية القضائية، وهنا على الصحافي ما يلي:

- عندما تبدأ في إجراء التحقيق عليك أن تعرف ماهي مخاطر الملاحقة القانونية التي تتعرض لها.
- ما الخطوات التي اتخذتها لحماية نفسك، ولتفادي رفع دعاوى قذف ٍفي حقك؟
- ما الوسائل التي اتبعتها في تجميع المعلومات والاحتفاظ بمذكراتك؟ وهل تستطيع استخدامها فيما بعد عندما ترغب في مراجعة مصادرك؟
- هل خصصت بعض الوقت والموارد للتأكد من الحقائق قبل نشر أو بث التحقيق الصحفي؟
- ما الحد الأدنى من المصادر الذي حددته لنفسك لتدقيق البيانات المتضاربة؟
- هل تنوي التشاور مع محاميك بشأن أي جزء من التحقيق قبل الانتهاء منه؟ وقبل كتابته؟ وقبل نشره أو بثه؟

3) الأداة الثالثة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: وضع خطة الوقت:

ما أن يحصل معد التحقيق الصحفي على الموافقة بالبدء في التحري، حتى يكون عليه أولاً وضع خطة تشتمل على الخط الرئيسي للتحقيق والخطوط الجانبية له، إضافة إلى الصور والرسومات البيانية وغيرها من الأجزاء التي قد يلزم إضافتها، ثم عليه إعداد صورة تخيلية

للشكل النهائي لتحقيقه، على أن يكون مستعداً لتغيير الخطة أثناء سير العمل، ومن أهم النصائح التي توجه هنا:

- قم بإعداد خطة تمثل نموذجاً لسلسلة التحريات والتحقيقات، التي تنوى إجرائها، ثم حدد عدد أجزاء السلسلة، قبل أن تضع أجزاء بديلة للأجزاء التي قد لا تتبلور، مع الأخذ في الاعتبار أن هناك أجزاء قد يثبت أنها أفضل مما كان متوقعاً لها.
- على أساس الخطة التي أعددتها، اكتب تحقيقاً مبنياً على أفضل السيناريوهات، وافترض أن كل خطأ أو غش ستقوم بفضحه سيكون أسوأ مما قدرت، وكذلك افترض أن كل مصدر تبحث عنه ستجده، وأنك ستجد مصادر مستعدة للحديث والثرثرة، وأن ما تدلي به هذه المصادر سيتحقق أن يذكر، ويكتب في التحقيق الصحفي.
- بشكل عكسي، وعلى أساس الخطة التي أعددتها، اكتب تحقيقاً مبنياً على أساس أسوأ السيناريوهات، مفترضاً أن موضوع التحري والتحقيق لن يكون كما توقعت، وأن المشاكل والأخطاء التي كنت تسعى لفضحها أقل كثيراً مما توقعت، وأن الحصول على مصادر أمر صعب، إن لم يكن مستحيلاً.
- بعد ذلك قارن الخطتين، (خطة أفضل سيناريو مقارنة بخطة أسوأ سيناريو)، فإذا كانت نتيجة السيناريو الأسوأ لا تؤدي إلى شيء، فقد يكون من الأفضل إعادة النظر في التحري والتحقيق برمته، وإذا كانت نتيجة أفضل سيناريو تؤدي إلى سلسلة تحقيقات لن تريد أنت نفسك قراءتها، فيجب عندئذ إعادة النظر في التحقيق والتحري برمته.
- اطلع على سلسلة تحقيقات صحفية أخرى، وحاول تقسيمها بإعداد خطة لتحقيق صحفي بناء على ما قرأته، مكتوباً في الصحف أو على الإنترنت، لتستخلص الدروس المستفادة من التحقيقات الصحفية الأخرى.

4) الأداة الرابعة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: بيانات خاصة بك:

لا يلزم أن تكون قاعدة البيانات التي سيقوم المحقق ببنائها معقدة، فهي أهم حليف له في تحرياته، لذا يجب أن تكون أداة يستطيع أي شخص استخدامها بسهولة للحصول على معلومات، وهنا ينصح:

- نظرا لأن قاعدة البيانات التي ستقوم ببنائها ضرورية لإجراء التحريات والتحقيقات الخاصة بك، فعليك أن تفكر في المعلومات والبيانات التي تود أن تتضمنها، لذا خصص بعض الوقت لتحديد رؤوس موضوعات كل قسم، ثم اكتب

هذا التقسيم لاستخدامه فيما بعد، ومن الأفضل أن تبدأ من الآن في إعداد برنامج، على شكل لوحة كبيرة.

- قم بإعداد خطة للتحري بناء على جدول زمني يسمح بقراءة أين يمكن البحث عن المصادر؟ وما الصور التي ستحتاج إليها في تحقيقك؟

5) الأداة الخامسة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: التعامل مع المستندات:

تعتبر المستندات أداة فعالة في تحديد أهمية موضوع أو مشكلة ما، ومضاهاة ومقارنة المعلومات المتوفرة، وفي البداية على الصحفي محاولة الرد على هذه الأسئلة:

- ما نوع المستندات التي قد تستخدمها في تحقيقك الصحفي؟
- أين ستجد هذه المستندات؟
- في أي شكل ترجو أن تجد هذه المستندات؟ وما الوقت الذي يمكن أن تنفقه، والموارد التي يمكن أن تخصصها لتجميع المستندات، وفك شيفرتها، والاحتفاظ بها؟
- ما القوانين والمصادر والتقاليد التي تساعدك في الحصول على هذه المستندات والوثائق؟ وما مدى مصداقيتها، وإمكانية الاعتماد عليها؟
- ما الدور، إن وجد، الذي يمكن أن تلعبه هذه المصادر في تحقيقك الصحفي؟ وهل ستقوم بالإسناد لأي منها؟ وإذا كان الأمر كذلك، فلماذا؟
- بعد أن تكون قد قمت بتجميع عدد كبير من المستندات، هل ستشرك الجمهور معك، بأن تضعها على شبكة الإنترنت ليطلع عليها آخرون؟

6) الأداة السادسة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: من هؤلاء؟

تؤثر نوعية مصادر المحقق الإنسانية تأثيراً إيجابياً على تحقيقه الصحفي، فمع غياب الصوت البشري، لن يستطيع جمهوره التفاعل أو الاهتمام بتحقيقه، فالإنسان حيوان اجتماعي، وهو أيضاً يحتاج إلى أن يجد نفسه في تحقيقه، فإن لم تستطع ذلك فبالقطع سيجد صعوبة في توصيل رسالته، ما يوجب عليه هنا:

- من هم مصادرك البشرية؟ وهل هناك على الأقل ثلاثة مصادر بشرية في تحقيقك؟
- هل تضمن تحقيقك تعليقات من الخبراء في هذا المجال؟
- هل بحثت عن آراء المسؤولين وصناع القرار؟ وهل حصلت على رأي الخبراء؟
- هل حصلت على تعليقات الأشخاص الذين يتأثرون بموضوع تحقيقك تأثراً مباشراً؟

- هل تشاورت مع مصادرك بشأن المستندات المتاحة لك؟ وفي حالة وجود اختلاف بين المستندات الأصلية، ومصادرك البشرية، هل استطعت –أنت نفسك– التعرف على سبب ذلك، حتى تستطيع أن تشرح الأمر لجمهورك؟
- هل بحثت عن تعليقات وآراء المعارضين للموضوع؟ وكم جانب منه استطعت تغطيته في تحقيقك؟
- هل تضمّن تحقيقك بعض الآراء المختلفة والمتباينة حول موضوعك، أم أنك اعتمدت على المصادر المعتادة؟
- هل قمت بتقييم أثر تحقيقك على الناس؟

7) الأداة السابعة لصقل وتطوير مهارات التحقيق: حول مختلف الشركات (المقيدة بالبورصة):

الشفافية من أهم عناصر نجاح الصحفي في الحصول على المعلومات التي يحتاجها لكتابة تحقيقه حول أي شركة أو صناعة خاصة، فإذا كانت الشركة مسجلة بالبورصة، سيلزمها القانون بذلك توفير كميات كبيرة من المعلومات والبيانات عن أنشطتها والإعلان عن موقفها المالي، حتى يتاح للجمهور فرصة الاطلاع عليها، كما تهدف الشفافية أيضاً إلى جذب أي مستثمر محتمل للإقبال على شركة معينة بعد معرفة ودراسة كل المعلومات المتاحة عنها لتقييمها بشكل سليم، ولذا من المفيد للصحفي في بداية مرحلة جمع المعلومات أن يطرح أسئلة عدة منها:

- هل يوجد للشركة أسهم مطروحة للبيع في سوق الأوراق المالية، (وهذا يعني تسجيلها بالبورصة وبالتالي جميع بياناتها متاحة ويمكنه الاستعانة بها)، وهل لدى الصحفي مصادر تستطيع فحص هذه البيانات وشرحها له؟
- هل هناك إجراءات أو دعاوي قانونية أقيمت ضد الشركة؟ فسجلات الدعاوي القضائية تحتوي على بيانات مهمة عن أي شركة.
- ما حجم معلومات الصحفي عن نوعية وطبيعة نشاط الشركة التي يتحرى عنها؟ وما مدى معرفته باللغة التي تستخدمها والمصطلحات الفنية الخاصة بعملها؟
- هل لدى الصحفي معلومات وافية عن أعضاء مجلس إدارة الشركة؟ وهل من المفيد مقابلة بعضهم للحصول على معلومات تفيده؟
- هل يعرف الصحفي بالتحديد جميع أنشطة الشركة، ومدى علاقتها بالموضوع الذي يتحرى عنه؟
- ما علاقة الشركة وقيادتها بالمسؤولين السياسيين؟ وهل صدرت أي تعديلات تشريعية لصالح الشركة التي يتحرى الصحفي عنها؟

8) الأداة الثامنة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: نشر المعلومات عن الشركات الخاصة:

رغم صعوبة إعداد التحقيق الصحفي عن الشركات الخاصة باعتبارها تحدي لأي صحفي؛ إلا أنها لا تخلو من المتعة، وإرضاء الذات، لأنه يتطلب البحث عن مصادر المعلومات ومستندات تدعمها حتى يكون للتحقيق مصداقيته، وإذا استطاع الكشف عن حقائق مهمة أو غير معروفة من قبل، ربما يتحول إلى أداة من أدوات التغيير في المجتمع، ومن المفيد أن يسأل الصحفي عدة أسئلة عند قيامه بالتحري عن شركة ما، تتلخص في:

- هل تتعامل الشركة الخاصة أو المملوكة للحكومة مع شركات مسجلة بالبورصة؟ وإذا كان، فما نوع العلاقة بين هذه الشركات؟
- من المدير المسؤول عن الشركة؟ وهل أجريت معه مقابلة، أو مع بعض أعوانه؟ وإلا من المفيد إجراء هذه المقابلة الآن.
- هل قامت الشركة برفع دعاوي قضائية من أي نوع؟ أو أقيمت ضدها أي دعاوي؟ وسيجد الصحفي في ملفات هذه الدعاوي كنزاً من المعلومات عن طبيعة نشاط الشركة وتعاملاتها.
- ما معايير الجودة في الصناعة، أو النشاط الاقتصادي الذي تمارسه الشركة؟ وهل تلتزم بهذه المعايير؟
- هل يمكن عقد مقارنة بين نشاط الشركة والشركات المماثلة لها في العالم؟
- هل تعرفت على أصدقاء الشركة وأعدائها ومنافسيها؟ وهل تحدثت إلى أي منهم؟
- هل سجلت مناقشاتك مع مصادرك البشرية؟ وهل حرصت على توازن تحقيقك اعتماداً على مصادر أخرى للمعلومات؟

9) الأداة التاسعة لصقل وتطوير مهارات التحقيق وتقنياته: صندوق الأدوات الإلكترونية:

إن بناء جدار من الثقة والاحترام مع المصادر، هي نقطة قوة لأي صحفي أو صحفية، فقدرته على عمل علاقات قوية مع مصادر مهمة، وقدرته على الاتصال بهذه المصادر إذا ما احتاج لها، هي سر نجاحه، وربما تصل قوة العلاقة إلى حد إمكانية الاتصال بهم في الإجازات مثلاً، وقبول الظهور حتى على الشاشة، كما يمكنه الاعتماد على مصدره المسؤول في التأكد من صحة أي معلومات تقع في إطار تخصصه، حتى لو كانت للنشر في موضوع

لن يذكر فيه اسم المصدر، وربما يخص المصدر الصحفي بمعلومات للعلم فقط غير مخصصة للنشر اعتماداً على ثقته به.

وهناك جزء مهم من أدوات المحقق والمحرر الصحفي، وهو صندوق أدوات إلكترونية، تساعده في عمله، وعليه أن يقوم بتحديثها باستمرار، وأن تكون متاحة لاستخدامها بشكل يومي، كما يجب أن يكون الجهد الذي يبذله في إعدادها جهداً تراكمياً، أي يبدأ صغيراً، وينمو بمرور الوقت، ولا بد من الاستغناء عن المعلومات القديمة التي لم تعد صالحة، وإضافة معلومات جديدة إليها، ومن هنا فإن سر نجاح صندوق أدوات الصحفي قدرته على التطور، والتخلص مما لا يفيد، وشحذ ما هو مفيد، علماً أن صندوق الأدوات ربما يكون جهاز كمبيوتر مكتبي، أو كمبيوتر محمول، أو مفكرة إلكترونية، إضافة إلى دفتر منظم لأرقام هواتف المصادر، والمسؤولين، وعناوين مقار أعمالهم، ومن الأفضل تقسيمه إلى مجالات أعمالهم بدلاً من الاعتماد على الترتيب الأبجدي فقط، حتى يسهل عليه العثور على المصادر المناسبة لموضوع تحقيقه بسرعة.

ويذكر هنا أن ثمة مواقع إلكترونية مفيدة في صحافة التحقيقات، يتوجب الإفادة منها وضمها إلى صندوق أدوات المحقق، إلا أن المهم أن يقوم كل محقق صحفي ببناء صندوق أدواته الإلكتروني الخاص به بنفسه، وكما يعتقد احتياجاته.

تقنيات ومهارات إعداد التحقيق الجيد حسب مشروع (projet 24h) لمدرسة قناة فرنسا الدولية (CFI) والمدرسة العليا للصحافة في ليل (ESJ):

من التقنيات المهمة والمؤثرة في التحقيق، تلك التي صاغها مشروع (projet 24^h) لمدرسة قناة فرنسا الدولية (CFI) والمدرسة العليا للصحافة في ليل (ESJ)، من إعداد "ديدييه ديزورميو، وبريجيت بيس" تحت مسمى تحديد المفاتيح الستّ لإعداد تحقيق جيد، وخلاصتها على الشكل التالي:

أولاً: طرح سؤال جيد: هناك دائماً سؤال فرعي في أساس التحقيق الجيد، إنه في غالبية الأحيان السؤال الرديف الذي يطرحه أي مراقب فضولي على نفسه، عندما يكون قد حصل على إجابات عن الأسئلة الأساسية كافة التي تراوده، غير أنه يُبقي مسافة معينة إجمالاً إزاء هذا السؤال؛ إذ يهابُ غالباً مدلوله الكامل، لتأتي المعادلة على الشكل التالي: "لماذا" المتعلقة بـ"كيف" أو "كيف" التي نخمنها دون أن نجدها خلف المظاهر، فمثلاً لنفترض أنه جمعنا كافة الإجابات على الأسئلة التي كنا نطرحها على أنفسنا بشأن زيارة يوليوس قيصر إلى بريطانيا، ولدينا ما يسمح بنشر ملف كامل حول "فيالقه العسكرية، وحلفائه، واستراتيجيته، ومخططه القتالي، وما يجول في خاطره ..."، وبالتالي سيكلل ملفنا بالقصة الحصرية الخاصة، لكن السرور من أنفسنا يواجهه أن نطرح عليها

سؤالاً فرعياً، إلا أنّ هذا السؤال ثقيل، لدرجة أنه ينهك قوانا؛ إذ يتعلق بمعرفة كيف تمكن يوليوس قيصر "الشيطاني" من تنظيم رحلاته العسكرية المكلفة جداً... من أين له المال؟ هل هو ماله الخاص؟ هل هو مال عائلته؟ هل يتعامل مع مصرفيين؟ هل جمع كنزاً خلال حملاته في الغال؟ نطرح على أنفسنا هذه الأسئلة لكننا نجدها غير قادرة على الإجابة عنها، فالكثير من العقبات تعترض سبيلنا

ثانياً: يحقق الصحفي في زوايا الوقائع المظلمة تماماً، كما يَحيك المؤرّخ حكايته في ظلام التاريخ، ومن أجل إيجاد النتيجة الأولى الواجب استقاؤها، يعتمد الصحفي نهج المؤرخ، فهو يجمعُ الوثائق المتعلقة بالموضوع الذي يشغله، ويتقرّب من الشخصية المركزية، ويقرأ كل ما كتب عنها، ويضع قائمة بالشهود المعروفين أو المحتملين، ويدوّن التواريخ والأوقات الرئيسية التي تطبعُ حياتها الخاصة والعامة، ويقيم جردةً بالنقاط التي يتساءل عنها، والمستقاة من الأسئلة العالقة، التي تظلّ دون جواب، ويعود ذلك إلى إعداد لبّ الإشكالية الواجب حلها، فمثلاً في قضية يوليوس قيصر، يبدو واضحاً على الفور أنّ قنصل روما في الغال قد حظي، منذ بداياته في السياسة، برعاية زميله البارز في الوطن "بومبي الكبير"، قنصل روما في إسبانيا، كما حظي بالدعم المالي من قبل أرستقراطي روماني ثري جداً هو "ماركوس كراسوس"، وهكذا نكون بدأنا **(بإنزال المرساة)،** وبتعبير آخر، نحاول الحصول على معلومات بشأن ثروة "كراسوس" وصلته الشخصية بقيصر، وحجم إرثه، ونجعل أقاربه يخبروننا عن موضوع تمويله لحملات قيصر.

ثالثاً: نسج القماشة: عندما يتحوّل المحقق الصحافي إلى مؤرّخ آنيّ، يحتاج إلى الوقت ليضع إطاراً مناسباً لموضوعه، وليحدده قبل معالجته، يجب أن يكسب هذا الوقت، وعلى الجميع منحه إياه، فهو يتقدم دون عجلة من ركيزة إلى أخرى، وبالعودة إلى مثال قيصر في روما، فلدى الرجال النافذين، مثل "كراسوس وبومبي" أعداء ومنافسين على الأغلب، ويملك بالطبع هؤلاء الشهود ما يقولونه بشأن الموارد المالية لقيصر، لكن يمكن إيجاد أثرهم في السجلات الانتخابية في روما، ويكفي وضع قائمة بأسمائهم والبحث عن معلومات بشأنهم حتى يمكن "التقرب منهم"، ومن ثمّ أحدّد مواعيدي الأولى معهم، لأنهم سيخبرونني بشكل أسهل مما قد يفعله "كراسوس" وأقاربه، وعليه يبدأ المحقق الصحفي المؤرخ بنسج قماشته عند تخوم موضوعه، ليقترب رويداً رويداً من الأسئلة المركزية.

رابعاً: تمشيط القماشة: كل حملة مقابلات تفتح آفاق أخرى، فبعد كسب ثقة الشهود الأوائل بفضل مهنية الصحفي، يوصي هؤلاء بمصادر أخرى، وحول المثال السابق نفسه، إذا كان قيصر قد استفاد من ثروات "كراسوس" الكبرى، فهو أيضاً ضاعفَ ثروته، بفضل عمليات السلب واسعة النطاق، التي قام بها في الغال، وبالتالي فضحاياه كثر، والمحقق الصحفي لا يجد صعوبة في جعل

الغاليين المعنيين بالأمر يتحدثون، فهم يمنحونه تفاصيل بشأن بعض الثروات المكدّسة، كما أنّ كلّ نصر روماني يغذّي كذلك أسواق الرقيق، التي يقتطع القيصر رسماً منها لمكاسبه الشخصية، وكذلك يزوّد تجار الرقيق بتفاصيل حول حجم التعاملات، وهكذا يتمكن "المحقق" من تكديس المعطيات، ومن هنا يقترب الأوان ليقوم "الصحفي/المحقق" بجرد المعلومات التي حصل عليها عبر الالتفاف حول الموضوع، فضلاً عن كشفها وصقلها، فهو يتحقق من الأرقام، ويجمع الوثائق، ويقارن بين الشهادات، ويحدّد التسلسل الزمني للأحداث.

خامساً: استراتيجية العنكبوت: عندما يبدو للصحافي المحقق أنّ فريسته مطوّقة، يهاجمها وجهاً لوجه دون تردّد، لأنه يشعر بأنه مسلح جيداً، وعليه إتمام عمله على أكمل وجه عبر الطلب من الجهة المستهدفة تفسير الوقائع التي اكتشفها، وهذه هي إحدى واجباته الأخلاقية: (إذا كشف أموراً حول شخص ما، يمنحه إمكانية تفسير هذه الأمور)، لكننا لا "**تلتقط الذباب بالخل**"، وكاستمرار لمثال هذه التقنيات ينصح المحقق الصحافي بطلب موعدٍ إذاً مع قيصر، ويُفضّل أن يقوم بذلك كتابةً عبر استخدام تعابير ودّية وموزونة، وذلك لإظهار حياديته، لكنه يحافظ على الضبابية بشأن الموضوع الحقيقي المتعلق بما يقوم به، بغية عدم تخويف القيصر، ففي حال وافق على استقباله، فسيدرج بطبيعة الحال الإجابات في محضره، أما إذا رفض ذلك، فسيكتب ما قاله أيضاً، ليستطيع جمهوره الحكم على حسن نيته، فالصحفي/ المحقق يدقق في عمله بكل شفافية احتراماً للحقيقة ولجمهوره.

سادساً: حجة غير قابلة للدحض: من السهل صياغة تحقيق يجرى على النحو الواجب، فالوقائع والشهادات والإثباتات ذات الصلة بالأخبار تتسلسل منطقياً، كما الحال في تقدّم الشرح ذي الصلة بالرياضيات، ولإضفاء الحيوية على النص، يُضمّن هذا الشرح بعضاً من الأشياء المشاهدة والمسموعة، لكنْ في هذه الحالة، يكون الاهتمام فقط بالناحية الزخرفية، بينما يستبعد كلّ ما من شأنه صرف الانتباه عن المنطق الرئيسي، كما أنّ الأحكام القيمة غير مجدية –إلا أحياناً في الخاتمة، أو في المرفق على شكل افتتاحية التحقيق– لأنّ الوقائع تتحدّث عن نفسها، وهنا يكمن الأساس في "**الدقة الباردة**"، التي ترافق تقديم الحجج، والتي عليها تبرير عنوان التحقيق، وختامه، وبالرجوع إلى مثال (قيصر) يمكن أن يعنون (تليفزيونياً) بناء عليه: "وجه قيصر الجشع"، وخاتمته: "شهوة الذهب المقيتة "Auri sacra fames!"، على حدّ تعبير "فيرجيل"، كما ينبغي القيام بعملية تنسيق أي تحقيق متعددة الأيادي؛ إذ تتطلب بعض التحقيقات معالجةً متعددة الاختصاصات، فلا يستطيع محقق واحد، ولو كان الأفضل، استخراج كل الخيوط المتوفرة دائماً، لاسيما في الأبحاث الجارية في مختلف الاتجاهات.

سابعاً: "التحقيق المتعدد الأيادي": هو طريقة جيدة للمساندة بإنجاز التحقيق في ما يتعلق بمثال "وجه يوليوس قيصر الجشع"، لأنه من الواجب وضع نصب الأعين تقسيم العمل إلى 4 أجزاء، مع تدخل ثلاث صحفيين/ محققين (متخصصين: صحافي يكتب في قسم العاميات السياسية، وآخر في قسم الشؤون المالية، وثالث يعنى بالشؤون العسكرية، إضافة إلى مراسل عامي يعمل ميدانياً في مجال الشؤون المرئية والمسموعة)، لكن تكمن صعوبة هذه الطريقة في متابعة العمل الجماعي، ومن ثمّ وضع التصميم النهائي له، لذا ينبغي وجود تنسيق دقيق، وتعيين "قائد أوركسترا/ مدير فريق".

ثامناً: "هناك حدود لأيّ تحقيق"، فنجاح التحقيقات الصحفية يعتمد أحياناً على قدرة الإخفاء التي ينبغي أن يتحلى بها "الصحفي/المحقق"، وعليه أن يبدو ماهراً للكشف عن بعض الحقائق المستورة، فالبحث عن الحقيقة التي تصبّ في مصلحة الجمهور تسمح باللجوء إلى الدهاء، غير أنه لا يجب المزج بين خدمة الجمهور وإرضاء الطموحات الشخصية، أو التعطش الشخصي إلى تصفية الحسابات، فنزاهة أيّ تحقيق صحفي تفترض تبيان طموحات المحقق بشكل جليّ، ذلك أنّ التحقيق لا يكون لتلبية رغبة شخصية، بل باسم حقّ الآخرين في معرفة الحقيقة، بما أنّ الصحافي المحقق ليس شرطياً ولا حكماً، فهو يرفض اللجوء إلى الطرق غير المنصفة.

تقنيات الدليل التدريبي للوكالة الأمريكية للتنمية/ برنامج الشفافية والمساءلة، والمركز اللبناني للتربية المهنية:

يحدد "جورج صدقه، وجان كرم، وعلي رمال، وطوني مخايل، المبادئ التطبيقية التي تقوم عليها مهارات التحري في الدليل التدريبي، للوكالة الأمريكية للتنمية/ برنامج الشفافية والمساءلة، والمركز اللبناني للتربية المهنية، حيث يؤكدون أن عمل المحقق التطبيقي يتطلب ما يلي:

1) بطاقة تحقيق صحافي: وتتضمن:

- الموضوع المختار؟
- زاوية المعالجة؟

والتي تتضمن:

- خلاصة الملف (ما توافر من معلومات أولية أوصلت إلى تطورات اتهامية)؟
- جمع كل المعلومات الثانوية المتوافرة لتدعيم المعلومات الاتهامية الأولى؟
- المواقع المحددة لجمع المعلومات الضرورية الناقصة؟
- الأشخاص المحددون للمقابلات مع التواريخ؟
- المراجع على اختلافها: (أرشيف – مستندات – كتب – غير ذلك...)؟

- جمع المعلومات المتراكمة وتنظيمها واستقاء الاستنتاجات الأولى؟
- الصور –واللقطات – الضرورية؟
- الوثائق الضرورية؟
- تاريخ بداية العمل الميداني؟
- التاريخ المتوقع لإنهائه؟

2) مقاربة تفصيلية لضبط وتحديد المعلومات:

تتناول المقاربة التفصيلية مرحلتين، الأولى مقاربة عامة لتكوين فكرة أولية عن موضع التحقيق، والثانية مقاربة معمقة للإلمام بدقائق التحقيق، وذلك وفق ما يلي:

أولاً: المقاربة العامة: وتتضمن أولاً تركيز التفكير على الحدث (المعاينة)، وثانياً التحليل بمعناه الحقيقي الذي يتمحور حول عرض الأفكار بفهم الحالة، كأسباب ونتائج.

ثانياً: المقاربة المعمقة، وتتضمن:

- عدِّد: (كي لا تنسى شيئاً).
- صف: (كي ترى بصورة أفضل).
- قارن: (لتوسيع الآفاق ولرؤية أفضل).
- صنف: (كي تنظم أفضل).
- عرّف: (كي تطابق بصورة أفضل).
- الأوجه: (مختلف جوانب الموضوع).
- الإشكالات: (التوترات والضغوطات الموجودة في الواقع).
- حدّد في الزمان: (أظهر وتوقع التغييرات، ومتى حدث ذلك؟ وهل تبدل أو تغير...)؟
- حدد في المكان: (رؤية المكان، والوسط، وأين يقع ذلك...)؟

وعليه يقدم الباحثون نموذجاً تطبيقاً للمقاربة التفصيلية، يتناول آلية لتحرير وإعداد التحقيق ضمن فقرات أو مقاطع، تعنى كل منها بمجموعة معطيات يجب توافرها في التحقيق؛ حيث يقومون بتفكيك مراحل تحقيق (للصحفية الأردنية دنيا العزام، في العرب الأردنية 25/2/2008، بعنوان: بودرة بيضاء ومسحوق سكر وطحين في كبسولات أمراض القلب وضغط الدم والسكري) وعرض مضمونه، وذلك عبر أسئلة وأجوبة لما يلي:

1) تحديد الموضوع :

السؤال	الجواب
ما القضية؟	الأدوية المزورة
ماذا يحدث؟	تهريب، وإغلاق صيدليات، مستودعات.

ماذا يوجد؟	– شبكات من الصيدليات /معامل توضيب محلية. – شبكات ترويج من غير الصيادلة.

2) فهم المواقف:

السؤال	الجواب
لماذا هو كذلك؟	تفاقم أزمة الغلاء وارتفاع حاد، إضافة إلى عدم تمييز المواطنين بين المحلي والمقلد.
كيف تكوّن؟	عبر التهريب من الخارج، وهي تشكل 15%
من أين أتى؟	من السوق العالمي؛ حيث تصل نسبة التزوير إلى 60% من أدوية المضادات الحيوية.
هل هذا هو السبب أم أنه مجرد حجة؟	لا، فهناك عمليات جني أرباح من أصحاب مستودعات الأدوية وبعض الصيدليات، ومثال ذلك شبكة القلب المزور يشترى بـ 5 دنانير، ويباع بـ 70ديناراً، فهامش الربح فيها يبلغ 1300% قياساً إلى الربح القانوني البالغ 22%.
هل هناك أسباب أخرى؟	هناك دخلاء على المهنة + تهريب ضريبي.

3) النتائج:

السؤال	الجواب
إلى أين يؤدي ذلك؟	يؤكد الأطباء أن استخدام الأدوية يؤدي إلى تفاقم حالة أصحاب الأمراض المستعصية.
ماذا يمكن أن يعطي؟	إطالة فترة العلاج والإنفاق غير المجدي
إلى ماذا سينتهي؟	يؤكد الأطباء أن أهمية الأدوية تؤدي إلى الموت
ماذا يمكن أن يحصل بعدها؟	زيادة في عدد الوفيات بالأمراض المذكورة
ما الآثار والنتائج المرتقبة؟	آثار على المرضى أولاً ومن ثم على صناعة الأدوية المحلية المرخصة + خسائر أصحاب مستودعات الأدوية.

4) عدد كي لا تنسى شيئاً:

السؤال	الجواب
مما تتكون؟	أدوية أمراض السكر والقلب...
ماذا يظهر للوهلة الأولى؟	تخفيض كلفة العلاج، وهذا ما يدفع المواطن لشراء أدوية مزورة

ما الخطوط الرئيسية؟	مستودعات للتزوير، نسبة تهريب مرتفعة. صيدليات متورطة. – ضحايا.
ماذا يمكننا أن نلاحظ؟	نسبة مرتفعة للأمراض المستعصية التي تستهلك نوع هذه الأدوية
ضع لائحة	لائحة الأدوية. – لائحة الأسعار. – لائحة الصيدليات إذا أمكن.
ألم تنسَ عنصراً هاماً؟	التحقيق لم يتطرق إلى طرق التهريب، ولا يشمل دور المصدر، والأطراف الداخلية المتورطة عبر الحدود.
هل يمكنك إعطاء أرقام حول ما ورد أعلاه؟	قدم التحقيق أرقاماً كاملة عن نسبة التهريب، والاستهلاك، وأنواع الأدوية المهربة.

5) **صف:** إجابة التحقيق بشكل مفصل عن الأسئلة، وعرض أمثلة وأرقامٍ وتسميات (مداهمة وإغلاق صيدليات منذ العام 2004 وصولاً إلى 2007)، إضافة إلى أمثلة عن مواطنين.

6) **حدِّد في الزمان:** استطاع التحقيق أن يورد تواريخ التهريب وتلك المرتبطة ببعض الإجراءات عبر معلومات تحرّى عنها واستقصاها من المصادر.

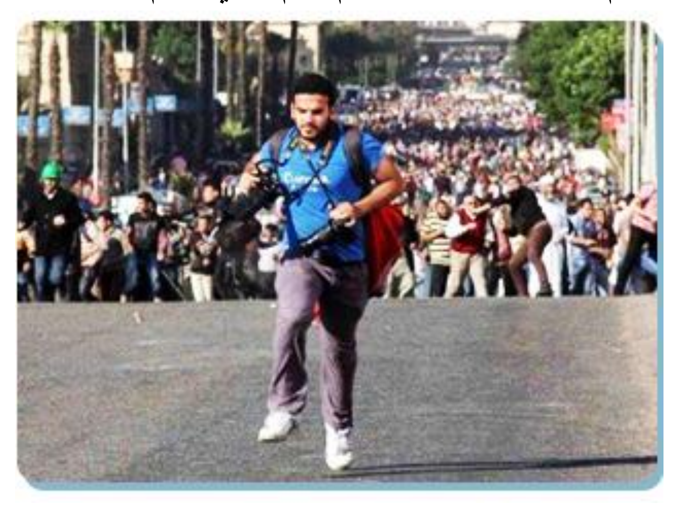
7) **حدِّد في المكان:** لم يستطع التحقيق تحديد أمكنة مرتبطة بمواقع الأحداث، فالإجابة عن كل الأسئلة مرتبط بشكل مباشر بشبكة المصادر، والقدرة على الوصول إلى المعلومات، فالمقارنة تحتاج إلى بحث ببلوغرافي لما يجري في المناطق المجاورة أو البلدان الأخرى.

ثاني عشر: بناء التحالفات (أهم تقنيات الأمان وضمان الاستمرار)



إذا ذهب المحقق لصيد "حوتٍ ضخمٍ" دون أدوات، وفريق تحالف، من الطبيعي أن يلتهم الحوت الصحفي، لكن إذا سارع إليه بسفينته المزودة بأفضل التقنيات، والمتكونة من مساندين، من الأوجب اصطياده دون مخاطرة، وتقول القاعدة التي بدأها "بوب وكارل في الووترجيت" يجب أن يعلم المستهدَف أنه يمكنه قتل صحفي واحد، وإيقافه عن تحقيقه، لكن لا يمكنه قتل كل الصحفيين، وإيقاف التقصي حوله، بل على النقيض مجرد أن يعرف أن ثمة من سيكمل المشوار مهما فعل، فلن يبادر إلى عمل عصاباتي للتخلص من المحقق، وقد يحتج الصحافيون على أساس أنه حتى في حال معرفة الشعوب أن مسؤوليهم فاسدون أو غير أكفاء، فإنهم لن يستطيعوا أن يغيروا من الواقع، وبالتالي سيلغي نموذج "التحالف" في التحقيق هذا الطرح، كونه

سيكون بمثابة إنذار للقوى المجتمعة، بغض النظر عما إذا كانت هناك استجابة رسمية لما يكشفه التحقيق أم لا، فالمتحالفون من صحافيون وضحايا/ أصحاب المصلحة بالدرجة الأولى، والمتضررون، وأصحاب الضمير، والناقدون الناقمون الغاضبون في المؤسسات المختلفة، وهواة الخير، والشجعان، وصولاً إلى الرأي العام المساند، سيكونون جميعهم إلى جانب المحقق في رحلته نحو الحقيقة، بغية تحقيق الإصلاح، بمجرد الاستشعار بأن الصحفي نفسه يقف بجوارهم، ما يجعلهم حلفاء ذوي وزن، وهذا أيضاً سيزيد المخاطر بدوره على الفاسدين، وسيزيد تعرضهم لانكشاف نقاط ضعفهم أمام الرأي العام، فكما يقول "هنتر": "قد لا يعير الفاسدون أهمية لذلك، وبخاصة إذا كانوا في السلطة ومتمكنين منها، ولديهم القدرة على إسكات أعدائهم، لكن تذكر أنه حتى تساقط جداول الماء الصغيرة، يمكنها أن تنحت الصخر".



إذاً بناء التحالفات أساس نجاح التحقيق الكبير، ودليل ذلك تحالف القاضي الفيدرالي "جون سيريكا" كان أساس نجاح تحقيق الووترجيت، التي أسست لعرش صحافة جديدة من (صحافة التحقيقات إلى الصحافة الاستقصائية)، فالصحفي لا يمكنه العمل بمفرده، بل بحاجة لمشاركة آخرين، سواء من مهنته أو في مجتمعه الكبير.

وربما تعاني المجتمعات النامية، عدم مساندة مجتمعية للصحافي، نظراً لعدم معرفة قيمة هذا النوع من الصحافة، إضافة إلى التخوف، والقدرية، فالكثير من الناس يؤمن أن من لا تقدر عليه بيديك، يكفي أن تدعو عليه بلسانك، والله خير منتقم، وكدليل على ذلك رغم كثرة التحقيقات التي تتحدث عن الأخطاء الطبية في سورية، وكثرة الأحاديث المرتبطة بها اجتماعياً، لكن نقيب أطباء دمشق أكد لأحد الصحفيين الذين كانوا يحققون في قضية مواترة لهذه الأخطاء، أنه لا يوجد شكوى واحدة من أي مواطن على أي طبيب لدى نقابته خلال العام بأكمله، وهذا يؤكد الفكرة الاجتماعية المطروحة المتوارثة عن "الحيط الحيط ويارب السترة، والقائلة: "التشكي لغير الله مذلة"، بينما كانت شكوى مريض في باريس، نُقل إليه الإيدز لتعامله مع بنك الدم الوطني الفرنسي، ولم تأخذ شكواه على محمل الجد، لتلتقطها قضيته الصحفية "ماري كاستيريه" مفتاح تحقيق "الدم الملوث" الذي هز عرش كل مؤسسات الصحة وصولاً إلى الحكومة الفرنسية بأكملها في فرنسا.

بناء على ما سبق طور "ديفيد وبروتس" <u>(نموذجين) لدعم صحفي التحقيقات في عمله</u>، ضمن كتابهما "صحافة الغضب"، مبدأهما كالتالي:

- **يقوم النموذج الأول على:** جمع الحشد والتعبئة، المعتمد على إبراز الغضب الشعبي، لإجبار قوى المجتمع، وقادته للتحرك استجابة لضغط الرأي العام.
- **يركز النموذج الثاني على:** بناء التحالفات مع القوى الأخرى، التي تحمي وتدفع بالتحقيق عبر تشارك المصادر، وتبادلها، مع دراسة مخاطر تبادل المصادر، إضافة إلى التشاركية في قوة التأثير، والقدرات المتباينة بين الصحفيين، وهذا يعني أن المعلومات والطرق الموصلة لها، ينبغي أن تتاح للصحفيين الآخرين، أو لأي طرف يزيد قدرات الصحفي، أو يحميه قبل نشر القصة، أو بعده.

وهذا ما أسمته قناة فرنسا الدولية (CFI) والمدرسة العليا للصحافة في ليل (ESJ) "التحقيق المتعدد الأيادي" سابق الذكر، كأسلوب مساندة، يقسم العمل إلى أجزاء، يتدخل في كل جزء صحفي يعمل باختصاصه، مع وجوب متابعة العمل الجماعي، عبر تنسيق دقيق وتعيين "قائد أوركسترا" للتصميم النهائي.

ما يلزم الصحفي العمل تحت جناح مؤسسته، وإطلاع مديره أول بأول على ما توصل إيه، ليكون بجانبه حين يحتاجه، وهذا ما كان في الووترجيت بفضل "كاثرين جراهام" رئيسة الواشنطن بوست، التي كان لها دور

الجندي المجهول في التحقيق؛ حيث كانت تسأل عما وصل إليه التحقيق، ومدى التقدم الذي وصله، وعن هوية مصادرنا، رغم طلبها عدم معرفة اسم المصدر الذي كان يرمز إليه بوصف «الديب ثروت/ الحنجرة العميقة»، وظلت دائماً تقول للصحافيين حينما كانا يشككان في قدرتهما الوصول إلى النتيجة المبتغاة: "أبداً.. لا تقلها.. هذه كلمة غير مقبولة"، بل على النقيض كانت كلماتها دافعاً للوصول إلى قلب الحقيقة، واضعة كامل موارد صحيفتها وشركتها تحت أمرة الصحافيين، وهي تردد: "فقط ابذل أفضل ما في وسعك".. أنا أدخل طرفاً في القضية.. لأي تحقيق.. كالحليف والسند.

إن ما سبق في بناء التحالفات مفتاح نجاحه انطلاق فكر الصحفي من أنه "سوبرمان المنقذ"، لفكرة الفرد في فرقة "الأقزام السبعة" التي تحقق بفضل تحالفها النتائج العملاقة، ما يلزم ضرورة التشبيك مع مؤسسات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية والمدونين قبل نشر التحقيق، ليشكلوا شبكة من الداعمين والمؤازرين لما توصلت له النتائج، وهذا ما يدعى "بالتأييد والإسناد"، القادم عبر طرف من تهمه القصة، وموقف الجمهور ووعيه نحوها، وهنا تغدو القاعدة البراقة: "كسب التأييد يقلل مخاطر الهجوم

المضاد"، هي أساس تقنية بناء التحالفات، التي ترصع نجاحها بتاج الدقة، والقدرة على جذب انتباه الحلفاء المحتملين، وهذا يقدم مقاييس النجاح، ومؤشرات لما يجب تأديته على أفضل وجه.

الخلاصة

تتعدد التقنيات التي يمكن أن يوظفها المحقق في منهجية عمله، بتعدد مراحل وخطوات إنجاز تحقيقه، فمنها ما يناسب مرحلة اختيار الموضوع، أو مرحلة الإعداد المنهجي، أو المرحلة التنفيذية حيث تناولت هذه الوحدة تقنيات التحقيق التليفزيوني وأدواته المنهجية، انطلاقاً من تقنيات تحديد نقطة الانطلاق في موضوع التحقيق، كتقنية التشمم وتقنية الرجل المكسورة، و(نظرية) اللحم الأحمر (تقنية مرحلة اختيار موضوع التحقيق)، مع عرض القواعد الثمانية للتواصل مع رئيس التحرير قبل التحرك في التحقيق، والتي تنطلق من وجوب وضع "حدودك وأهدافك منذ البداية "، كما حرصت الوحدة على عرض تقنية قبل التحرير، وبعد فرضية التحقيق: التحول إلى التحري التحريري، مع عرض الأسس الواجب مراعاتها عند إعداد التحقيق الصحفي، للمرئي أو المطبوع أو المسموع، ولعل أبرز التقنيات التي ركزت عليها الوحدة تقنية السير في طريق الزمن (السيناريو المخفي)، أو ما يدعى بأسلوب السرد الكرنولوجي للأحداث (التسلسل الزمني)، إلى جانب عرض تقنيات فرضتها تجارب التحقيقات التليفزيونية ذات البصمات مؤثرة، كتقنية السيناريوهات، وتقنية العقد (الحبل المليء بالعقد)، وتقنية التجريب، وتقنية (التخفي) تحت الغطاء وأسلوبه، وتقنيات التحليل والاستنتاج، دون إهمال تقنيات التحقيق ومهاراته عبر حدود التجربة، كمثال تجربة ومهارات "جون أولمان" العشرة، وتقنيات ومهارات "شون شيفر" التسعة، وتقنيات ومهارات إعداد التحقيق الجيد حسب مدرسة قناة فرنسا الدولية والمدرسة العليا للصحافة في ليل، والتي طورها "ديفيد وبروتس" لدعم صحفي التحقيقات في عمله، ضمن كتابهما "صحافة الغضب" وختمت الوحدة عرضها بتقديم تقنيات الدليل التدريبي لبرنامج الشفافية والمساءلة في وكالة التنمية الأمريكية، وكيفية بناء التحالفات باعتبارها أهم تقنيات الأمان وضمان الاستمرار عمل الصحفي في تحقيقه.

المراجع

1. شون .ت . شيفر، مهارات التحقيق الصحفي، دليل لصقل وتطوير أدوات التحقيق الصحفي، القاهرة.
2. مركز المشروعات الدولية الخاصة، الوكالة الأمريكية للتنمية، 2009.
3. جورج صدقه، جان كرم، علي رمال، طوني مخايل، التحقيق الاستقصائي، مبادئ وتطبيقات، دليل تدريبي، المركز اللبناني للتربية المهنية والوكالة الأمريكية للتنمية، برنامج الشفافية والمساءلة، بيروت، 2009.
4. الصحافة الاستقصائية أداة لمحاربة الفساد، المركز اللبناني للتربية المهنية، جمعية مهارات، بيروت، كلية الإعلام، الجامعة اللبنانية، 2009.
5. جون اولمان، ترجمة ليلى زيدان، التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 2000.
6. بيل كوفانتش، وتوم روزنشيتل، المبادئ الأساسية للصحافة، ترجمة فايزة حكيم، وأحمد منيب، بدون طبعة، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2006، ص93.
7. ألبرت ل .هستر، واي لان ج .تو، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدليل الصحفي في العالم الثالث، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1988.
8. مارك هنتر، يسري فوده، بيا ثوردسون، رنا الصباغ، نيلز هانسون، لوك سنغرز، فلمنغ سغيث، يحيى شقير، محمد قطيشات، سعد حتر، على درب الحقيقة، دليل أريج للصحافة العربية الاستقصائية، ط2، عمان، اليونسكو، 2014.
9. عيسى يوسف الحسن، الصحافة الاستقصائية، مهنة المتاعب والأخطار، ط1، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2012.
10. علي حسن، دور الصحافة الاستقصائية في مكافحة الفساد المالي والإداري والحد من الجريمة المنظمة، بغداد، مدرسة الصحافة المستقلة، 2009، ص8.
11. عيسى عبد الباقي، الصحافة الاستقصائية، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، القاهرة، 2013.
12. أميرة الصاوي، الصحافة الاستقصائية برؤية متطورة من منظور صحافة الدقة، ط1، القاهرة، 2013.
13. حسن محمد أبو حشيش، الصحافة الاستقصائية، مساق تدريسي، كليــة الآداب قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.
14. منير أبو راس، ياسر البنا، زاهر البيك، الصحافة الاستقصائية، مفهومها وماهيتها، نشأتها وتطورها، علاقتها بالبحث العلمي، بحث مقدم ضمن المتطلبات البحثية لمساق" صحافة استقصائية/ ماجستير الصحافة"، كليــة الآداب قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.

15. مها فالح ساق الله، ماهية الصحافـة الاستقصائيـة، بحث مقدم ضمن المتطلبات البحثية لمساق صحافة استقصائية، ماجستير الصحافة، كليــة الآداب قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.

16. عزام أبو الحمام، المنهج العلمي في الصحافة الاستقصائية، الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ونبلاء ناشرون وموزعون، 2013.

17. عيسى محمود الحسن، الصحافة الاستقصائية، عمان، دار زهران، 2013.

18. نبيل الشريف، منال الشريف، التحري الصحفي، ورشة التحري الصحفي، عمان، مركز الأفق الثقافي، 2005.

19. عبير محمود، التحقيق الصحفي، الطبعة الأولى، عمان، دار البداية، 2012.

20. محمود علم الدين، سمات التحقيق الصحفي كشكل تعبيري والفرق بينه وبين أشكال التعبير الصحفي الأخرى، من كتاب ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، الطبقة الأولى، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010.

21. أسماء موسى محمد كامل، الصحافة الاستقصائية وصحافة المواطن، جامعة الزقازيق، قسم الإعلام، 2013/2012.

22. حسين محمد ربيع، الصحافة الاستقصائية كنمط مستحدث في الصحافة العربية، دراسة للواقع والإشكاليات مع رصد توجهات النخب المهنية والأكاديمية لمستقبل هذا النمط في الصحافة المصرية، جامعة المنيا، قسم الإعلام، رسالة دكتوراة، 2013.

23. حسن محمد أبو حشيش، 2006، فن التحقيق الصحفي في الصحافة الفلسطينية، ط1، غزة، فلسطين.

24. وليد بطراوي، 2006، المستقصي، كيف تصبح صحفياً استقصائياً، الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة، أمان، رام الله.

25. حسني محمد نصر، وسناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات، تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية، ط1، القاهرة، دار الكتاب الجامعي، 2005.

26. عيسى عبد الباقي، الصحافة الاستقصائية، أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط1، القاهرة، 2013.

27. www.sustech.edu/staff_publications/20110824105334327.pdf

28. Houstonm B, the investigative reporter's handbook: A guide to documents, databases and techniques, (5th Ed), New York: Bedford, (2009).

29. Hugo de Burgh Investigative Journalism Context and Practice, Edition: 2, 2008.

30. Digging Deeper: A Guide for Investigative Journalists in the Balkans, Tell Me No Lies: Investigative Journalism That Changed the World. John Pilger. What is investigative journalism?" chapter ONE.
31. Derek Forbes (2005): A watchdog's guide to investigative reporting A simple introduction to principles and practice in investigative reporting, konraad adenauer shifting media program, Johannesburg, Republic of South Africa
32. nsell et al (2002) 'Investigative Journalism in Africa: Walking through a Minefield at Midnight' Reporters without Borders
33. Rosemary. Armaeo: public perceptions of investigative reporting, in :M. Greenwald and J. Brent (eds) the big chill: investigative reporting in the current media environment (Iowa: Iowa state university press, 2000).
34. Center of Union European. Deterrence of fraud with EU funds through investigative journalism in EU-27, EU-Cen (2012).
35. By Lucinda S. Fleeson Ten Steps to Investigative Reporting, Report from International Center for Journalists, www.icfj.org
36. Meyer, Philip (2002) Precision Journalism
37. Lucinda S. Fleeson Ten Steps to Investigative Reporting, Report from International Center for Journalists, in: www.icfj.org
38. http://www.alba7es.com/Page2693.htm
39. 24hdansuneredaction.com
40. https://www.aswat.com/files/Investigative%20Journalism-%20AR.pdf.
41. http://arij.net
42. http://www.ijnet.org.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

السؤال الأول:

تقوم تقنية اللحم الأحمر في إعداد التحقيق:

A. إثبات الحقيقية بالدليل القطعي.

B. إحضار جزء من الحقيقة يصل إلى كل الحقيقية.

C. لا تقابل رئيس التحرير إلا بدليل.

D. اللحم هو المعلومات التي تكسو جسد التحقيق.

الإجابة الصحيحة: c لا تقابل رئيس التحرير إلا بدليل

السؤال الثاني:

تدعى تقنية السير في طريق الزمن عبر أسلوب السرد الكرنولوجي للأحداث (التسلسل الزمني).

A. السيناريو المخفي.

B. السيناريو الزمني.

C. سيناريو الفلاش باك.

D. سيناريو التسلسل العقدي.

الإجابة الصحيحة: a السيناريو المخفي

السؤال الثالث:

من أبرز التقنيات التي فرضتها تجارب التحقيقات التليفزيونية ذات البصمات المؤثرة:

A. تقنية السيناريوهات.

B. تقنية العقد (الحبل المليء بالعقد).

C. تقنية التجريب.

D. كل ما ذكر صحيح.

الإجابة الصحيحة: **d** كل ما ذكر صحيح

السؤال الرابع:

من أهم تقنيات الأمان وضمان الاستمرار بالتحقيق التليفزيوني:

A. بناء استراتيجيات التصوير التسلسلي.

B. بناء المقابلات البصرية.

C. بناء التحالفات.

D. بناء الوثائق مدعمة بالصورة.

الإجابة الصحيحة: c بناء التحالفات